

“INTERNATIONAL TECHNOLOGY” Journal



English



Italiano

Supplement n° 2 - 2026 of International Technology Magazine
Editor Carlo Leoni - *Publisher* Editoriale di Informazioni Settoriali srl
Via Leonardo da Vinci, 43 - 20090 Trezzano S/N (MI) - Italia
Tel. +39 02 48400645 - infsett@net2000.it - www.shoemachinery.com
Autorizzazione del Tribunale di Milano n. 705 - 30/12/1992
Stampa: Grafiche Europa Snc - Via Bodesine 37/a - 26012 Castelleone (CR)



News notizie



Market mercato



Trends tendenze



Fairs fiere



INDUSTRIE
CHIMICHE
FORESTALI
S P A

INVISIBLE POWER

We have been offering solutions for over a century.
We are imperceptible.
We are everywhere.



LEATHER GOODS



FOOTWEAR



AUTOMOTIVE



UPHOLSTERED



BOATING



PACKAGING

www.forestali.com



Luigi Carnovali s.a.s.

Since 1908, a tradition of quality for a sustainable future



Certified by ICEA
ICEA-1X-2577



FUSSBETT PER CALZATURE

FOOTWEAR ANATOMICAL FOOTBEDS



**Our skill and experience
for the comfort of your feet**

Tax-free shopping below 155 euro: transactions on the rise



The reduction of the minimum threshold for tax-free shopping, which came into effect on 1st February 2024 and was lowered from 154.95 euro to 70.01 euro, is delivering positive results. Data shows an increase in transactions and a broader spread of tourist shopping beyond major cities. According to figures presented by Global Blue at the International Tourism Forum, in the first 20 months of implementation, tax-free transactions rose by 46%, while total spending increased by 5%. The lower threshold has also expanded the consumer base, with around one million new shoppers concentrated in the 70–155 spending range. The regional distribution of tax-

free shopping is also changing. Under the new threshold, Milan, Rome, Florence, and Venice account for 54% of purchases, compared with 73% recorded for transactions above 155 euro. At the same time, the contribution of tourist destinations outside the main hubs and of outlet centres has grown, together representing 46% of the total. According to Global Blue, the measure has also had positive effects on small and medium-sized enterprises and local craftsmanship. In the 70–155 euro range, tax-free activity has increased significantly, particularly supporting certain segments of fashion and accessories.

Tax free shopping sotto i 155 euro, crescono le transazioni

La riduzione della soglia minima per il tax free shopping, entrata in vigore il 1° febbraio 2024 e passata da 154,95 a 70,01 euro, sta producendo effetti positivi. I dati mostrano un aumento delle operazioni e una maggiore diffusione dello shopping turistico al di fuori delle grandi città. Secondo i numeri presentati da Global Blue al Forum Internazionale del Turismo, nei primi 20 mesi di applicazione le operazioni tax free sono cresciute del 46%, mentre la spesa complessiva ha registrato un incremento del 5%. L'abbassamento della soglia ha inoltre ampliato la platea dei consumatori, con circa un milione di nuovi acquirenti concentrati nella fascia compresa tra 70 e 155 euro. Cambia anche la distribuzione geografica dello shopping tax free. Con la nuova soglia, Milano, Roma, Firenze e Venezia concentrano il 54% degli acquisti, contro il 73% registrato per le operazioni oltre i 155 euro. Parallelamente cresce il contributo delle località turistiche fuori dai grandi poli e degli outlet, che arrivano a rappresentare il 46% del totale. Secondo Global Blue, la misura ha avuto effetti positivi anche su piccole e medie imprese e artigianato locale. Nella fascia 70–155 euro, l'attività tax free è aumentata in modo significativo, sostenendo in particolare alcuni comparti del fashion e degli accessori.

Zegna archivia il 2025 a 1,9 miliardi tra Dtc in crescita e wholesale in calo

Il Gruppo ha archiviato l'esercizio fiscale 2025 con ricavi pari a 1,9 miliardi di euro. I dati preliminari indicano una flessione dell'1,5% a cambi correnti, compensata da un incremento dell'1,1% a cambi costanti. A sostenere l'andamento annuale è stato soprattutto il quarto trimestre, chiuso il 31 dicembre, che ha generato 591 milioni di euro, con una variazione positiva dello 0,3% a cambi correnti e del 4,6% a cambi costanti. Nel confronto tra i canali distributivi, il direct-to-consumer ha continuato a crescere, segnando un +4,2% sull'intero esercizio e un +3,9% nell'ultimo trimestre. Più complesso il quadro del wholesale, che ha registrato un calo del 20,9% nel full year, ridotto al -12,9% nel Q4. A livello di marchi, Zegna ha superato la soglia degli 1,1 miliardi di euro, con una crescita annua

Zegna closes 2025 at 1.9 billion euro as DTC grows and wholesale declines

The Group ended fiscal year 2025 with revenues of 1.9 billion euro. Preliminary figures point to a -1.5% decline at current exchange rates, offset by a +1.1% increase at constant exchange rates. Annual performance was supported in particular by the fourth quarter, ended December 31st, which generated 591 million euro, up +0.3% at current exchange rates and +4.6% at constant exchange rates.

Across distribution channels, direct-to-consumer continued to expand, posting +4.2% growth over the full year and +3.9% in the final quarter. The wholesale channel showed a more challenging trend, declining by -20.9% in the full year, with the drop narrowing to -12.9% in Q4. By brand, Zegna exceeded the 1.1 billion euro threshold, reporting annual growth of +1.5% and quarterly revenues

dell'1,5% e ricavi trimestrali pari a 361,7 milioni, in aumento del 2,4%, sostenuti dal rafforzamento del canale diretto. Thom Browne ha chiuso l'anno a 268,4 milioni, in calo del 14,7%, mostrando segnali di miglioramento nel quarto trimestre, sceso del 3,7% a 91,1 milioni, dopo il -9,6% del periodo precedente. Tom Ford Fashion, acquisito nel 2022 ha totalizzato 317 milioni di euro, in aumento dello 0,8%, pur registrando un arretramento del 2,3% nel quarto trimestre. Sul piano geografico, le Americhe hanno guidato la crescita con un +7,9% nell'anno e un +9,3% nel Q4. L'area Emea ha mantenuto una dinamica positiva (+0,5% nel full year e +4,7% nel trimestre), mentre la Greater China ha continuato a pesare sui conti, con un calo del 14,6% annuo e del 13,8% negli ultimi tre mesi. Il resto dell'Apac ha registrato variazioni negative pari a -0,5% e -1,9%.

Cavalli sposta la boutique di Milano in via Santo Spirito

Roberto Cavalli apre una nuova boutique nel cuore del Quadrilatero milanese, trasferendosi da via Bagutta a via Santo Spirito 24. Lo store di 160 metri quadrati ospita le collezioni donna e uomo firmate dal direttore creativo Fausto Puglisi, insieme a fragranze, eyewear e articoli della Roberto Cavalli Home Collection, confermando l'approccio lifestyle del brand.

L'inaugurazione rappresenta un passo strategico nel rafforzamento della presenza internazionale della maison, che negli ultimi anni ha aperto boutique a Ibiza e a Dubai. Il progetto di interior design mescola elementi storici dell'architettura milanese a dettagli distintivi del marchio, creando uno spazio che guida il cliente attraverso le diverse aree in modo fluido e immersivo, offrendo un'esperienza che racconta la visione globale di Cavalli.

Oltre all'espansione retail, la maison punta sulla distribuzione wholesale con l'expertise di Tomorrow, consolidando la propria strategia sui principali mercati internazionali.

Nel 2024 Roberto Cavalli ha registrato ricavi in crescita del 5% a 79 milioni di euro, pur chiudendo con una perdita di 23,3 milioni.

La nuova apertura a Milano non è solo un negozio: è un segnale chiaro della volontà del brand di combinare tradizione, design e ambizione globale, rafforzando la propria identità e la relazione con una clientela sempre più internazionale e attenta al lifestyle.

of 361.7 million euro, up +2.4%, supported by the strengthening of the direct channel. Thom Browne closed the year at 268.4 million euro, down -14.7%, but showed signs of improvement in the fourth quarter, which slipped -3.7% to 91.1 million euro after the -9.6% contraction recorded in the previous period. Tom Ford Fashion, acquired in 2022, totalled 317 million euro, up +0.8%, despite a -2.3% decline in the fourth quarter. Geographically, the Americas led growth with a +7.9% increase for the year and +9.3% in Q4. The EMEA region maintained a positive trajectory (+0.5% in the full year and +4.7% in the quarter), while Greater China continued to weigh on results, with a -14.6% annual decline and a -13.8% drop in the final three months. The rest of Apac recorded negative variations of -0.5% and -1.9%, respectively.



Cavalli relocates its Milan boutique to Via Santo Spirito

Roberto Cavalli has opened a new boutique in the heart of Milan's Quadrilatero della Moda, relocating from Via Bagutta to Via Santo Spirito 24. The 160-square-metre store showcases women's and men's collections designed by Creative Director Fausto Puglisi, alongside fragrances, eyewear and items from the Roberto Cavalli Home Collection, reinforcing the brand's lifestyle positioning. The opening marks a strategic step in strengthening the maison's international presence, following recent boutique openings in Ibiza and Dubai. The interior design blends historic elements of Milanese architecture with the brand's distinctive details, creating a fluid and immersive customer journey that reflects Cavalli's global vision.

Alongside retail expansion, the maison is reinforcing its wholesale distribution through

the expertise of Tomorrow, consolidating its strategy across key international markets. In 2024, Roberto Cavalli reported a 5% increase in revenues to 79 million euro, while posting a loss of 23.3 million euro. The new Milan boutique is more than a store: it signals the brand's determination to combine heritage, design and global ambition, strengthening its identity and its relationship with an increasingly international, lifestyle-focused clientele.





Italian spinning industry: 2025 confirmed a difficult phase

Revenue down, exports weakening and markets still fragile

2025 confirmed a complex landscape for the Italian spinning industry, which continued the downturn already visible over the previous two-year period. The sector – including wool, cotton and linen yarn production – operated in a fragile macroeconomic environment marked by widespread uncertainty, slowing demand and tensions across major international supply chains.

According to preliminary estimates by Ufficio Studi Economici e Statistici di Confindustria Moda, based on macroeconomic variables and internal sample surveys, sector turnover recorded a year-on-year contraction of -4.1%. Total revenue for the Italian spinning industry stood at around 2.5 billion euro, confirming a negative structural trend. The decline affected almost all production segments. Linen

spinning was the only exception, showing positive momentum, while both wool spinning – the main segment, accounting for nearly 83% of total turnover – and cotton spinning recorded reduced activity, penalised by persistently weak demand. Sector difficulties were also reflected in producer prices. According to ISTAT data for spinning mills (ATECO 13.1), in the January–October 2025 period the producer price index posted a negative change of -1.4%, highlighting limited ability to pass costs downstream. At the same time, production value – referring to manufacturing activity carried out in Italy net of the resale of imported yarns – declined by -4.4%, confirming the strain on the domestic industrial system. On the foreign trade front, preliminary figures show that 2025 closed with a -5.4% drop in exports, bringing the value

Filatura italiana, il 2025 ha confermato la fase difficile

Fatturato in calo, export in flessione e mercati ancora deboli

Il 2025 ha confermato un quadro complesso per la filatura italiana, che ha proseguito la fase negativa già emersa nel biennio precedente. Il comparto, comprensivo della produzione di filati lanieri, cotonieri e linieri, ha continuato a operare in un contesto macroeconomico fragile, segnato da incertezza diffusa, rallentamento della domanda e tensioni lungo le principali filiere internazionali. Sulla base delle elaborazioni preconsuntive dell'Ufficio Studi Economici e Statistici di Confindustria Moda, fondate su variabili macroeconomiche e indagini campionarie interne, il fatturato settoriale ha registrato una contrazione del -4,1% su base annua. Il giro d'affari complessivo della filatura italiana si è attestato intorno ai 2,5 miliardi di euro, confermando una dinamica negativa di carattere strutturale. La flessione ha interessato quasi tutti i segmenti produttivi. Ha fatto eccezione la filatura liniera, che ha mostrato una dinamica positiva, mentre sia la filatura laniera -comparto principale con un'incidenza prossima all'83% sul fatturato complessivo- sia la filatura cotoniera hanno evidenziato una riduzione dell'attività, penalizzate da una domanda ancora debole.

Le difficoltà del comparto si sono riflesse anche sull'andamento dei prezzi alla produzione. Secondo i dati ISTAT relativi alle filature (ATECO 13.1), nel periodo gennaio-ottobre 2025 l'indice dei prezzi alla produzione ha registrato una variazione negativa del -1,4%, segnalando una capacità limitata di trasferire i costi a valle. In parallelo, il valore della produzione, riferito all'attività produttiva svolta in Italia al netto della commercializzazione dei filati importati- si è ridotto del -4,4%, confermando le difficoltà del sistema industriale interno. Sul fronte del commercio estero, a preconsuntivo, il 2025 si è chiuso con una flessione delle esportazioni del -5,4%, portando il valore delle vendite oltre confine a 744 milioni di euro, pari a circa il 30% del fatturato complessivo. Le importazioni hanno registrato una contrazione più marcata (-7,9%), scendendo a 721 milioni di euro. La dinamica combinata dei flussi ha determinato un avanzo commerciale stimato in circa 23 milioni di euro, in miglioramento rispetto ai 3 milioni del 2024, principalmente per effetto del calo più accentuato delle importazioni. Un quadro coerente con quanto emerso nei primi nove mesi del 2025, periodo in cui le esportazioni di filati hanno registrato una flessione del -5,2%, attestandosi a 581 milioni di euro, mentre le importazioni sono diminuite del -9,2%, scendendo a 553 milioni. In questa fase, il saldo commerciale è rimasto positivo, pari a 28 milioni di euro, grazie ai surplus di alcune merceologie che hanno compensato i deficit registrati nei filati di cotone e di lino. Entrando nel dettaglio delle singole tipologie di prodotto, l'export ha mostrato una dinamica prevalentemente negativa. Si sono distinti in controtendenza i filati per aguglieria (+3,9%) e i filati di lino (+13,5%). Il comparto laniero ha evidenziato un arretramento diffuso, con i filati cardati in calo del -4,6% e quelli pettinati del -6,1%. Particolarmente critica la performance dei filati misti chimico/lana (-17,8%), mentre i filati di cotone hanno registrato una riduzione del -10,0%. Sul lato delle importazioni, l'analisi per tipologia di prodotto ha restituito un quadro differenziato. Nei primi nove mesi del 2025 sono cresciuti gli acquisti di filati per aguglieria (+31,7%) e di filati cardati di lana (+8,5%). Al contrario, si sono

THE ITALIAN SPINNING INDUSTRY ⁽¹⁾ (2020-2025*)
(Millions of euro)

	2020	2021	2022	2023	2024	2025*
Turnover	2,020	2,600	3,243	2,886	2,605	2,498
Change %		28.7	24.7	-11.0	-9.8	-4.1
Value of production	1,243	1,603	1,993	1,770	1,601	1,531
Change %		28.9	24.3	-11.1	-9.6	-4.4
Exports	651	837	986	868	786	744
Change %		28.6	17.8	-12.0	-9.4	-5.4
Imports	594	807	1,134	938	783	721
Change %		35.8	40.6	-17.2	-16.5	-7.9
Trade balance	57	31	-148	-70	3	23
Apparent consumption	1,187	1,572	2,140	1,841	1,598	1,508
Change %		32.5	36.1	-14.0	-13.2	-5.6
Structural indicators (%)						
Export/Turnover	32.2	32.2	30.4	30.1	30.2	29.8
Imports/apparent consumption	50.0	51.3	53.0	51.0	49.0	47.8

Source: Confindustria Moda on ISTAT data and Internal Research
⁽¹⁾Wool, cotton and linen yarns
* Estimates

of overseas sales to 744 million euro, equal to roughly 30% of total turnover. Imports fell more sharply (-7.9%), down to 721 million euro. The combined trend produced an estimated trade surplus of around 23 million euro, improving from 3 million in 2024, mainly due to the steeper contraction in imports. This picture is consistent with the first nine months of 2025, when yarn exports fell

by -5.2% to 581 million euro, while imports decreased by -9.2% to 553 million euro. In this phase, the trade balance remained positive at 28 million euro, supported by surpluses in certain product categories that offset deficits recorded in cotton and linen yarns. Looking at individual product segments, export performance was predominantly negative. Counter-trend growth was recorded in knitting yarns

FOREIGN TRADE IN ITALIAN SPINNING: ANALYSIS BY SECTOR
(period: January-September 2025)

	Import		Export		Balance
	Mill. Euros	Var.%	Mill. Euros	Var.%	Mill. Euros
Wool carded yarns	54	8.5	134	-4.6	80
Worsted wool yarns	172	-1.6	187	-6.1	14
Chemical yarns/wool	34	-37.5	36	-17.8	3.0
Needlecraft yarns	10	31.7	69	3.9	60
Cotton yarns	194	-15.3	116	-10.0	-79
Linen yarns	89	-4.8	39	13.5	-51
Total Yarns	553	-9.2	581	-5.2	28

Source: Confindustria Moda on ISTAT data



(+3.9%) and linen yarns (+13.5%). The wool segment showed widespread decline, with carded yarns down -4.6% and combed yarns down -6.1%. Performance was particularly critical for chemical/wool blended yarns (-17.8%), while cotton yarns fell by -10.0%.

On the import side, the breakdown by product type revealed a mixed picture. In the first nine months of 2025, purchases of knitting yarns (+31.7%) and carded wool yarns (+8.5%) increased. By contrast, imports of combed wool yarns (-1.6%) and linen yarns (-4.8%) declined, while sharper contractions were recorded for cotton yarns (-15.3%) and chemical/wool blended yarns (-37.5%).

Geographically, key destination markets showed divergent trends. For carded wool yarns, the United Kingdom and Hong Kong remained the leading outlets, albeit both declining, while more positive signals emerged from Turkey and, to a lesser extent, Portugal. In combed wool yarns, Turkey confirmed its position as the top market despite a slight drop, overtaking France, which suffered a more pronounced setback. For chemical/wool blends, France and Turkey accounted for nearly one third of total exports, though with contrasting dynamics. In cotton yarns, Germany remained the primary reference market

despite a significant contraction, offset by solid performances in Tunisia and several Southern European countries.

The domestic market also showed signs of weakness. Apparent consumption – an indicator of overall yarn demand within Italy – recorded an average annual contraction of -5.6%, reflecting slower downstream manufacturing activity and a reduction in orders.

The cyclical environment was mirrored in employment, more in terms of caution than widespread downsizing. Confindustria Moda's analysis of a panel of member companies indicates that most Italian spinning mills closed 2025 with headcount broadly stable compared with the previous year.

Overall, preliminary 2025 figures confirmed a phase of difficulty for the Italian spinning industry, still constrained by weak demand and a complex competitive environment. Improvements in certain indicators, such as the trade balance, were mainly driven by shrinking flows rather than a genuine recovery in activity. The resilience of some niche productions and specific markets was not enough to reverse the overall trend, outlining a scenario that remains fragile and, for now, lacking structural signs of a turning point.

ridotti i flussi di filati pettinati di lana (-1,6%) e di lino (-4,8%), mentre sono risultate più marcate le contrazioni dei filati di cotone (-15,3%) e dei filati misti chimico/lana (-37,5%).

Dal punto di vista geografico, i principali mercati di destinazione hanno mostrato andamenti differenziati. Per i filati di lana cardata, Regno Unito e Hong Kong sono rimasti i primi sbocchi, seppur entrambi in calo, mentre sono emersi segnali più positivi verso la Turchia e, in misura minore, il Portogallo. Nei filati di lana pettinata, la Turchia si è confermata primo mercato nonostante una lieve flessione, superando la Francia, penalizzata da un arretramento più marcato. Per i filati misti chimico/lana, Francia e Turchia hanno concentrato quasi un terzo dell'export complessivo, con dinamiche divergenti. Nei filati di cotone, la Germania è rimasta il principale mercato di riferimento, pur registrando una contrazione significativa, a fronte di buone performance in Tunisia e in alcuni Paesi dell'Europa meridionale. Anche il mercato interno ha mostrato segnali di debolezza. Il consumo apparente, indicatore della domanda complessiva di filati sul territorio nazionale, ha evidenziato una contrazione media annua del -5,6%, riflettendo il rallentamento dell'attività manifatturiera a valle e una riduzione degli ordinativi. Il contesto congiunturale si è riflesso anche sull'occupazione, più in termini di prudenza che di ridimensionamento generalizzato. Le elaborazioni condotte da Confindustria Moda su un panel di imprese associate indicano che la maggioranza delle filature italiane ha chiuso il 2025 con un numero di addetti stabile rispetto all'anno precedente. Nel complesso, il quadro preconsuntivo del 2025 ha confermato una fase di difficoltà per la filatura italiana, ancora condizionata da una domanda debole e da un contesto competitivo complesso. Il miglioramento di alcuni indicatori, come il saldo commerciale, è risultato legato principalmente alla contrazione dei flussi più che a una reale ripresa dell'attività. La tenuta di alcune nicchie produttive e di specifici mercati non è stata sufficiente a invertire il trend complessivo, delineando uno scenario che resta fragile e privo, al momento, di segnali strutturali di svolta.



IFA - ELCHE - ALICANTE **SPAIN**

FUTURMODA 55

FASHION TREND SELECTION THE BEST FOR SHOES & BAGS

**spring
summer 27**

® ASOCIACION ESPAÑOLA DE EMPRESAS DE COMPONENTES PARA EL CALZADO

4 & 5 marzo 2026

SPECIAL
MACHINERY 

INTERNATIONAL FAIR OF LEATHER, COMPONENTS AND
MACHINERY FOR FOOTWEAR AND LEATHERGOODS

FUTURMODA.es



 FIRA
ALACANT

aec
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE EMPRESAS
DE COMPONENTES PARA EL CALZADO

 Excelentísimo
AYUNTAMIENTO
de ELCHE

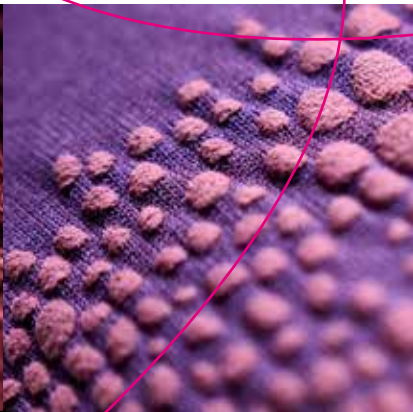
 GENERALITAT
VALENCIANA
Conselleria de Innovación,
Industria, Comercio y Turismo

inspiration

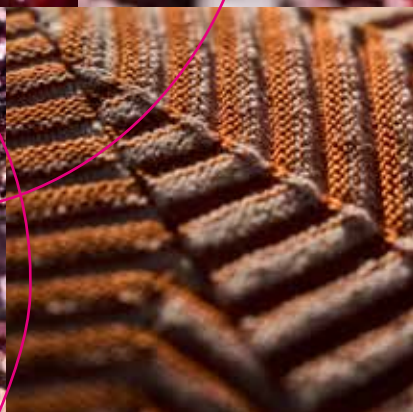


fair

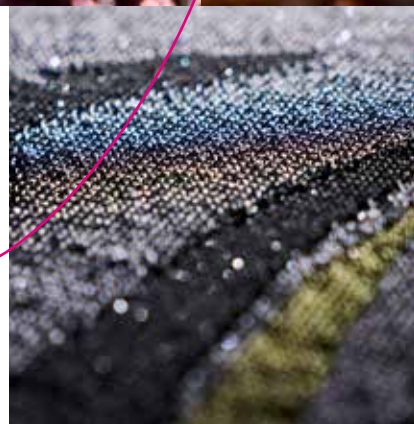
21/23
January
2026



details



filati



Milano Unica: Growth in Key Markets for Italian Exports

Europe and the United States drive buyer attendance



The 42nd edition of Milano Unica, the high-end textiles and accessories trade show, held at Fiera Milano Rho from January 20 to 22, recorded a significant increase in international participation. The strong rise in European attendance already observed on the opening day (+25%, with France alone reporting +8.5%) was accompanied by higher numbers of buyers from strategic markets for Italian exports: the United States (+13.5%), South Korea (+10%), Canada (+6.6%), and Japan (+2.4%). During the opening ceremony, Milano Unica President, Simone Canclini, highlighted the strengthening of the event's international profile, encouraging companies in the sector to intensify dialogue with the end consumer. The discussion, moderated by journalist and television host Nicola Porro, featured contributions focused on training, market dynamics, and product value. Giuseppe Valditara, Italy's Minister of Education and Merit, emphasized the importance of vocational training for industrial development, recalling government investments

exceeding 2 billion euro in school digitalization and the success of the 4+2 technological-professional pathway. Luca Solca, Managing Director Luxury Goods at Sanford C. Bernstein Schweiz, outlined a complex global outlook for the luxury sector, while Stefania Saviolo, professor at Bocconi University, stressed the need to communicate the supply chain and production processes more effectively. Claudio Marenzi, President of Herno and Montura, drew attention to perceived product value and the distinctive role of manufacturing expertise. In closing, Valentino Valentini, Deputy Minister at the Ministry of Enterprises and Made in Italy, reviewed the measures supporting the sector, including 100 million euro allocated to fashion within Development Contracts and the refinancing of the Nuova Sabatini program. The positive atmosphere across the exhibition stands and the quality of new international contacts confirm cautious optimism for 2026, reinforcing Milano Unica's commitment to consolidating its international leadership.

Milano Unica: numeri in crescita dai mercati chiave per l'export italiano

Europa e Stati Uniti trainano la partecipazione dei buyer

La 42^a edizione di Milano Unica, il Salone del tessile e degli accessori d'alta gamma, svoltasi a Fiera Milano Rho dal 20 al 22 gennaio, ha registrato una significativa crescita della partecipazione internazionale. Al forte incremento delle presenze europee rilevato già nella prima giornata (+25%, con la sola Francia che ha fatto registrare il +8,5%) si è aggiunto l'aumento dei buyer provenienti da mercati strategici per l'export italiano: Stati Uniti (+13,5%), Corea del Sud (+10%), Canada (+6,6%) e Giappone (+2,4%). Nel corso della cerimonia inaugurale, il Presidente di Milano Unica, Simone Canclini, ha evidenziato il rafforzamento del profilo internazionale della manifestazione, invitando le imprese del settore a intensificare il dialogo con il consumatore finale. Il dibattito, coordinato dal giornalista e conduttore televisivo Nicola Porro, ha visto interventi dedicati a formazione, mercato e valore del prodotto. Giuseppe Valditara, Ministro dell'Istruzione e del Merito, ha sottolineato il ruolo della formazione professionale per lo sviluppo industriale, ricordando gli investimenti governativi per oltre 2 miliardi di euro nella digitalizzazione delle scuole e il successo del percorso tecnologico-professionale 4+2. Luca Solca, Managing Director Luxury Goods di Sanford C. Bernstein Schweiz, ha delineato uno scenario globale complesso per il lusso, mentre Stefania Saviolo, docente dell'Università Bocconi, ha ribadito la necessità di raccontare filiera e processi produttivi. Claudio Marenzi, Presidente di Herno e Montura, ha infine richiamato l'attenzione sul valore percepito del prodotto e sul ruolo distintivo del sapere manifatturiero. A chiudere i lavori, Valentino Valentini, Viceministro al Ministero delle Imprese e del Made in Italy, ha ricordato le misure a sostegno del settore, tra cui i 100 milioni di euro dedicati alla moda nei Contratti di Sviluppo e il rifinanziamento della Nuova Sabatini. Il clima positivo registrato negli stand e la qualità dei nuovi contatti internazionali confermano un moderato ottimismo per il 2026, rafforzando l'impegno di Milano Unica nel consolidare la propria leadership internazionale.

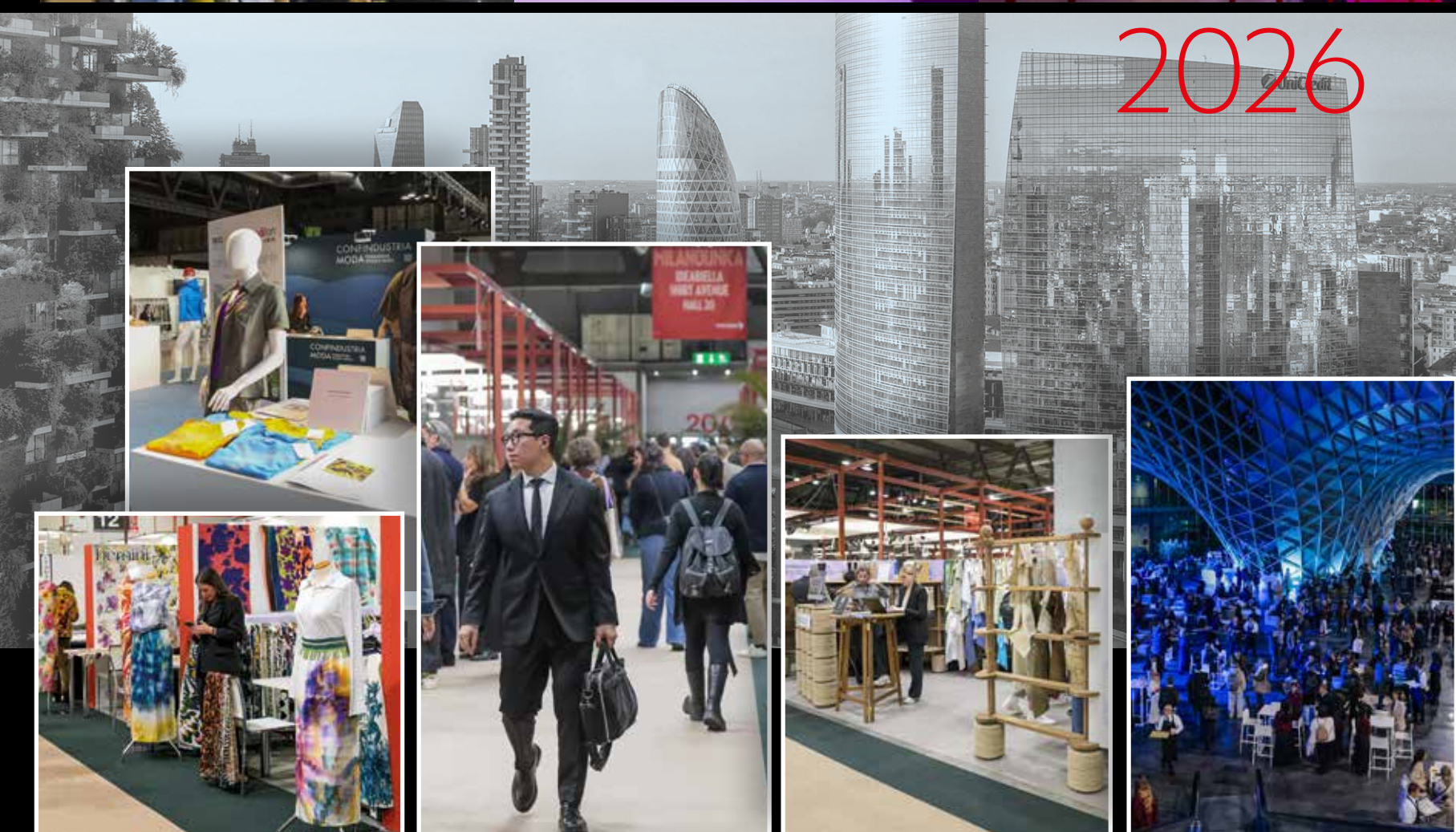


FieraMilano Rho

21-22 January



Milano
unica



2026

Pitti Filati 98 sends signals of confidence to the sector

In Florence, a dialogue on the future of yarns



From January 21st to 23rd,

2026, Pitti Immagine Filati took place at the Fortezza da Basso, alongside Pitti Bimbo. The edition unfolded in a climate of renewed confidence for the sector, conveying a message of optimism and dynamism to the fashion system. The two events recorded a combined total of around 4,000 visitors, with a particularly strong presence of international buyers, confirming the global appeal of Pitti Immagine's winter fairs. Pitti Filati showcased the spring/summer 2027 collections of 103 Italian and international companies, offering an overview of the sector's evolution through material research, new processing techniques and a focus on production quality. The Spazio Ricerca served as the core hub for trend development, complemented by the KnitClub, CustomEasy and Institutional Area sections, designed to present an integrated vision of the supply chain. Alongside the exhibition offer, training played a key role through the CFMI Academy, a project promoted by the Centro

Firenze per la Moda Italiana and aimed at students from leading fashion design schools. The second-day workshop provided an opportunity to discuss the six projects selected for the 2026 edition.

Among the thematic areas, CustomEasy explored the concept of customization, bringing together expertise ranging from textile machinery and finishing to digital design. KnitClub confirmed its role as a meeting point for top-tier knitwear manufacturers, buyers and style offices of major international brands. A forward-looking perspective also emerged through the Feel the Yarn contest, which presented 34 internationally selected projects. The main award was given to Matilda Norberg, a student at London's Royal College of Art, recognized for her ability to interpret yarn as a narrative and design element.

During the same days, the Fortezza da Basso also hosted Vintage Selection No. 45, a buyers-only event that created a dialogue between past and present through the theme "LINKing to the future", reinforcing the overall narrative of the winter fairs.

Pitti Filati 98 lancia segnali di fiducia per il settore

A Firenze il confronto sul futuro dei filati

Dal 21 al 23 gennaio 2026 Pitti Immagine Filati si è svolto alla Fortezza da Basso, in concomitanza con Pitti Bimbo. L'edizione si è inserita in un contesto di rinnovata fiducia per il comparto, trasmettendo un segnale di ottimismo e dinamismo al sistema moda. Le due manifestazioni hanno registrato complessivamente circa 4.000 visitatori, con una presenza particolarmente elevata di buyer stranieri, a conferma dell'attrattività internazionale dei saloni invernali di Pitti Immagine. Pitti Filati ha presentato le collezioni primavera/estate 2027 di 103 aziende italiane e internazionali, offrendo una panoramica sull'evoluzione del settore tra ricerca sui materiali, nuove lavorazioni e attenzione alla qualità produttiva. Lo Spazio Ricerca ha rappresentato il fulcro dell'elaborazione delle tendenze, affiancato dalle sezioni KnitClub, CustomEasy e Institutional Area, pensate per restituire una visione integrata della filiera.

Accanto all'offerta espositiva, spazio alla formazione con la CFMI Academy, progetto promosso dal Centro Firenze per la Moda Italiana e rivolto a studenti e alunni delle principali scuole di fashion design. Il workshop della seconda giornata ha offerto un momento di confronto sui sei progetti selezionati per l'edizione 2026.

Tra le aree tematiche, CustomEasy ha approfondito il tema della customizzazione, mettendo in relazione competenze che spaziano dalle macchine tessili ai finissaggi e alla progettazione digitale. KnitClub si è confermato come spazio di incontro tra maglifici di eccellenza, buyer e uffici stile dei grandi brand internazionali.

Lo sguardo sul futuro è passato anche dal contest Feel the Yarn, che ha presentato 34 progetti selezionati a livello internazionale. Il riconoscimento principale è stato assegnato a Matilda Norberg, studentessa del Royal College of Art di Londra, premiata per la capacità di interpretare il filato come elemento narrativo e progettuale.

Negli stessi giorni, la Fortezza da Basso ha ospitato anche Vintage Selection n. 45, riservata ai buyer, che ha messo in dialogo passato e presente attraverso il tema "LINKing to the future", rafforzando il racconto complessivo dei saloni invernali.



APLF
LEATHER

12 - 14 MARCH 2026
HONG KONG
www.aplf.com

MATERIALS+

APLF

UFI
Approved
Event



informa**markets**



MINUTERIE METALLICHE & ACCESSORI MODA



SERVICES

- PRODUCTION TO CUSTOMER DESIGN
- PERSONALIZATION OF ALL ITEMS, WITH ENGRAVINGS BY MOULD OR BY LASER
- QUALITY GUARANTEE: EVERY PRODUCT IS CHECKED THROUGHOUT THE PRODUCTION CHAIN AND CHECKED BY QUALIFIED PERSONNEL BEFORE BEING PACKAGED
- FAST DELIVERY
- GUARANTEE OF COOPERATION WITH THE CUSTOMER, MAINTAINING CONSTANT CONTACT FROM DESIGN TO THE FINAL PRODUCT

MLM MAZZOLA srl
Via Roma, 57/b
21039 Valganna (VA) - Italy
Tel. +39 0332 719841
Fax +39 0332 719660
info@mlmitalia.it