

B ICONIC: la nuova edizione il 1° marzo 2026

Data: Invalid Date | Autore: Redazione



B ICONIC torna a Milano: il 1° marzo 2026 ai Magazzini Generali la nuova edizione che unisce passerella, musica e visione internazionale.

B ICONIC annuncia la nuova edizione in programma domenica 1° marzo 2026 ai Magazzini Generali (Via Pietrasanta 16, Milano), con inizio dalle ore 16.30. L'evento è a ingresso gratuito con prenotazione obbligatoria fino a esaurimento posti.

Più di una sfilata. Un'esperienza multisensoriale.

Dopo il successo della prima straordinaria edizione di settembre, la nuova si preannuncia come grande e importante evento di chiusura, nell'ultimo giorno, della Milano Fashion Week.

B Iconic è l'evento che ridefinisce la Milano Fashion Week con un format che fonde runway, performance, musica e narrazione visiva in un unico linguaggio live. Un format che interpreta la sfilata come un'esperienza completa: collezione, immagine e ritmo convivono in una regia pensata per valorizzare ogni brand e tradurre il fashion show in contenuto, presenza e relazione. È un punto d'incontro dove nuove firme e marchi già affermati, spesso con traiettorie internazionali, condividono lo stesso spazio scenico, mantenendo una promessa chiara: mettere la creatività al centro, con una produzione solida e una visione contemporanea.

Un progetto unico nel suo genere, esclusivo, prodotto dalla storica agenzia milanese Caremoli Ruggeri, ideato e firmato da Simone Ruggeri, Giulio Di Sabato e Mitch Mihic: tre profili

complementari che uniscono produzione e strategia, relazioni e advisory, sviluppo internazionale e know-how distributivo, con l'obiettivo di trasformare ogni partecipazione in un'occasione di posizionamento e crescita.

Il riscontro dell'ultima edizione conferma la capacità del format di generare impatto misurabile: 1.000+ ospiti, 300.000+ account Instagram raggiunti, 60+ uscite media, 6M+ views complessive e 265.000€ di EMV.

I brand che sfileranno sono la narrazione di una moda poliedrica, che dalla Couture spazia fino alla ricerca contemporanea. Questi alcuni dei nomi in passerella:

- ANTON GIULIO GRANDE

Couture italiana dal segno scenografico e riconoscibile: una visione che porta in passerella l'abito come presenza, tra costruzione sartoriale e glamour, con un'attenzione che privilegia la lavorazione manuale e il valore del fatto a mano.

- YASAMAN FASHION

La designer Diana Babayan, cresciuta in Armenia e oggi basata a Los Angeles, fonde artigianalità e haute couture contemporanea in un linguaggio femminile e sofisticato. Il suo percorso ha già trovato spazio su palcoscenici internazionali, con presenze anche in contesti red carpet come Cannes (2024–2025).

- ELISA PIZZICONI

Beachwear Made in Italy che unisce eleganza e funzionalità, pensato per accompagnare la donna in ogni momento della giornata: mare, piscina, tramonto, barca, cocktail.

Dettaglio iconico: le stelle marine ricamate a mano, che diventano segno identitario e dichiarazione di cura.

- FABIO PORLIOD

Un'eleganza sartoriale guidata dalla filosofia "less is more" e da un equilibrio preciso tra linea, proporzione e sensualità. Nato dall'eveningwear, il brand sviluppa una proposta che attraversa couture, wedding e prêt-à-porter, mantenendo un'impronta italiana e una vocazione internazionale.

- MONCHAFOU

Nato in Italia nel 2013 dalla visione della designer Kira Spitsyna, Monchafou costruisce un guardaroba essenziale e materico, nato dalla seta e sviluppato con cura artigianale. Una proposta che parla di qualità, ricerca tessile e scelta consapevole: capi pensati per durare e per definire un'idea di lusso sobria, quotidiana, autentica.

- REIGN ITALIA

Brand Made in Italy dal 2007, reinterpreta il denim come terreno di sperimentazione: lavaggi, trattamenti e studio del fit riscrivono il classico five-pocket con dettagli distintivi e attenzione ai materiali. Una filiera concentrata sul territorio completa una visione che

unisce tecnica, identità e cultura del jeans.

- MASSIMO SABBADIN

Moda come contaminazione culturale: vintage, motori, videogiochi, rock anni '80/'90 diventano un immaginario da indossare. Il brand lavora a mano in Italia, rigenerando capi e materiali vintage in pezzi unici; tra le firme più riconoscibili, lavorazioni ispirate al boro/sashiko che trasformano scampoli e tessuti recuperati in nuove superfici.

In questa edizione presente, oltre a vari ospiti, anche una giuria di altissimo livello che selezionerà alcuni brand per un particolare premio.

- Giovanni Bozzetti, presidente Fondazione fiera Milano;
- Mario Boselli, presidente onorario di Camera Moda e Italy China Council Foundation);
- Liudmilla Boronkina, model musa
- Tania Mazzoleni, trasformation and style coach
- Nicola Spadafora, presidente Confapi
- Alberto Petranzan, presidente Fnaarc
- Nicola Guerini, Dean and Director at IIFM
- Francesca Ceccarelli, imprenditrice
- Francesca Lovatelli Caetani, giornalista e direttore di magazine
- Alessandro Marras, influencer e content creator

Un palcoscenico che è un filo conduttore dallo show allo store, amplificando il potenziale dei brand partecipanti, con contenuti e relazioni che generano impatto reale, con una particolare attenzione allo sviluppo commerciale e alla diffusione.

Location esclusiva, anche in questa edizione, sono i Magazzini Generali di Milano: uno spazio industriale trasformato in hub culturale.

Un luogo in cui moda, musica, performance e strategia si intrecciano dando vita a un format esperienziale che guarda al futuro; uno spazio capace di accogliere nuove forme di creatività e connessione, mantenendo lo spirito innovativo che ha caratterizzato il debutto del progetto.

B Iconic permette ai brand di inserirsi in un sistema internazionale dove ogni elemento, dalla sfilata alla comunicazione e consulenza strategica, è pensato per posizionare il brand ad un livello superiore. Un progetto per tutti i brand che vogliono diventare ICONICI.

A sostenere la nuova edizione, una rete di partner che contribuisce in modo concreto alla qualità dell'esperienza:

BLUNOTTE EVENTI – Technical partner per la messa in scena: dalla componente entertainment al supporto tecnico (audio, luci, video), con una vocazione alla progettazione di eventi e alla ricerca di soluzioni tecnologiche per un risultato immersivo.

IUAD – Accademia della Moda – Partner per l'assistenza backstage con supporto operativo e sartoriale (sarte, vestiariste e assistenza), in dialogo con un'istituzione formativa nata per connettere il "saper fare" della sartoria con una visione contemporanea e laboratoriale della moda.

BEAUTICK – Beauty partner per hair & make-up: a guidare il team c'è Beppe D'Elia, founder e creative director, figura di riferimento dei backstage della fashion industry e coordinatore di squadre

beauty su sfilate ed eventi.

I LOVE POKÉ – Hospitality partner: dalla prima apertura nel 2017, il progetto lavora su qualità delle materie prime e cura della filiera, con un'attenzione dichiarata a pratiche di sostenibilità e riduzione dello spreco.

INFORMAZIONI EVENTO

Data: Domenica 1° marzo 2026

Orario: dalle ore 16.30

Location: Magazzini Generali – Via Pietrasanta 16, Milano

Ingresso: gratuito con prenotazione obbligatoria.

INGRESSO E PRENOTAZIONI

L'evento è a ingresso gratuito con prenotazione obbligatoria fino a esaurimento posti.

Riserva il tuo posto gratuito: <https://bit.ly/BICONIC26>

PRESS & CONTATTI

Accrediti / informazioni stampa: info@b-iconic.it

Instagram: [@biconic.official](https://www.instagram.com/biconic.official)

Website: www.b-iconic.it

Articolo scaricato da www.infooggi.it
<https://www.infooggi.it/articolo/b-iconic-la-nuova-edizione-il-1-marzo-2026/151363>