Eventi - *Milano: torna la "Shenzhen-Milan Lifestyle Week", ponte creativo tra Italia e Cina*

Milano - 09 lug 2026 (Prima Notizia 24) **Dal 17 al 19 luglio la terza edizione in Asia nel segno del 'Digital Fashion'. Tra i brand protagonisti HUI Milano, Momonì e Alberto Zambelli.**

La Shenzhen-Milan Lifestyle Week torna dal 17 al 19 luglio 2026 consolidando il proprio ruolo di piattaforma internazionale di incontro tra Italia e Cina e di acceleratore di relazioni tra creatività, impresa e cultura. Giunta alla sua terza edizione, la manifestazione si conferma uno dei principali appuntamenti di scambio tra i due Paesi, coinvolgendo istituzioni, imprese, università, creativi e operatori del settore in un percorso che mette al centro il valore della cultura come linguaggio universale e leva di sviluppo per il sistema moda e lifestyle. Dopo le precedenti edizioni dedicate al dialogo tra fashion, design e innovazione, il progetto evolve ulteriormente proponendo una visione integrata dello stile di vita contemporaneo, in cui moda, tecnologia, cultura e nuovi linguaggi creativi diventano strumenti per immaginare nuove forme di esperienza e relazione. L'edizione 2026 si svilupperà a Shenzhen con un calendario di appuntamenti che unirà sfilate, installazioni, momenti espositivi, incontri e occasioni di networking internazionale. Tema dell'edizione sarà Digital Fashion Eastern Expression, una riflessione sul rapporto tra identità culturale e trasformazione contemporanea che troverà espressione attraverso format capaci di portare la moda oltre la passerella e dentro la vita quotidiana. Il progetto esplora infatti il concetto di Fashion returning to life: una nuova interpretazione del lifestyle in cui gli spazi del vivere contemporaneo vengono reinterpretati come luoghi di esperienza, relazione e creatività, mettendo in dialogo dimensione estetica e quotidianità. Accanto alla dimensione creativa, il programma includerà sessioni dedicate all'innovazione applicata alla moda e alla trasformazione dei modelli produttivi e distributivi, con approfondimenti sulle nuove tecnologie e sui linguaggi emergenti del settore. La tecnologia sarà interpretata come strumento al servizio della creatività, del prodotto e del valore manifatturiero. La Shenzhen-Milan Lifestyle Week conferma inoltre il proprio approccio trasversale al lifestyle, mettendo in relazione moda, design, cultura e nuove forme di espressione contemporanea con l'obiettivo di generare esperienze capaci di connettere persone, territori e comunità creative. Tra i protagonisti della manifestazione vi sarà Hui Zhouzhao, designer di HUI Milano e promotrice del China Style in Italia, da anni impegnata nello sviluppo di progettualità che favoriscono il dialogo tra il patrimonio culturale cinese e la sensibilità creativa italiana. La moda resterà il linguaggio centrale della manifestazione e accompagnerà l'intero programma attraverso due momenti distinti e complementari, pensati per raccontare differenti modalità di incontro tra creatività, esperienza e relazioni internazionali. Il primo appuntamento coinciderà con il momento inaugurale della Shenzhen-Milan Lifestyle Week e sarà affidato a una sfilata che aprirà ufficialmente l'edizione 2026, interpretando il dialogo tra Italia e Cina attraverso una narrazione dedicata alla moda contemporanea, alla ricerca estetica e allo scambio

culturale. Il secondo appuntamento proporrà invece un’esperienza più immersiva e orientata alla relazione tra brand, operatori e mercato, in un contesto pensato per favorire il confronto diretto con buyer e stakeholder internazionali. La dimensione espositiva e quella esperienziale si intrecceranno in un format capace di mettere in relazione moda, cultura del lifestyle e momenti di scoperta legati anche alla dimensione enogastronomica. Tra i protagonisti della manifestazione saranno presenti Domenico Orefice, Casapreti, Momonì, Alberto Zambelli e HUI Milano, in una narrazione che intreccia ricerca creativa, identità culturale e apertura internazionale. Per i brand e i designer coinvolti non si tratterà soltanto di una presentazione internazionale, ma di un’esperienza di confronto culturale, istituzionale e professionale pensata per generare nuove occasioni di visibilità, relazione e sviluppo nel mercato cinese. «La cultura rappresenta il terreno più solido su cui costruire relazioni durature tra i popoli. Con la Shenzhen-Milan Lifestyle Week vogliamo creare opportunità concrete di incontro tra Italia e Cina, sostenendo il talento e valorizzando patrimoni culturali straordinari», dichiara Hui Zhouzhao. La Shenzhen-Milan Lifestyle Week conferma così la propria vocazione: costruire ponti tra culture, valorizzare il dialogo tra moda e innovazione e generare nuove opportunità tra persone, territori e filiere creative. Oggi più che mai cultura, creatività e capacità di innovare rappresentano strumenti essenziali per immaginare il futuro del sistema moda internazionale.

(Prima Notizia 24) Giovedì 09 Luglio 2026