



EDITORIALE

ADDIO VALENTINO. L'ULTIMO IMPERATORE

Anche Valentino ci ha lasciato. Anche il nuovo anno comincia male, tra tensioni internazionali, nuove guerre all'orizzonte e vecchi conflitti che non si riesce a sopire. La notizia della morte di Valentino sembra un simbolo che la nostra epoca di bellezza, di pace, di progresso, di crescita, di genialità sia davvero finita per portarci su un abisso sconosciuto da cui solo l'intelligenza, umana e forse artificiale, potrebbero indicarci la via della rinascita. O forse no.

Valentino era un uomo elegante, gentile, di grande talento, cultore di bellezza, fedele a sé stesso, ai suoi amici, alla sua famiglia allargata, al suo universo. Da giornalisti/direttori delle testate di moda italiane più importanti

lo conoscevamo bene, Flavio ed io. È stato il primo grande protagonista e portavoce dello stile italiano nel mondo, fin da quando era il couturier preferito di Jackie Kennedy e di tante siderali bellezze e celebrità. Flavio l'ha molto celebrato sul Vogue degli anni 70. Io l'ho "messo in copertina" molte volte sulla mia rivista Donna negli anni 80. Per l'anniversario dei 20 anni di carriera gli abbiamo dedicato uno "special" davvero speciale. A lui Lucchini si è ispirato per molte delle sue opere di fashion-art negli anni 90. Valentino è stato anche tra i primi grandi stilisti a scegliere Superstudio Più per una sua imprevedibile sfilata a Milano nel 2003.

Ci ha legato un rapporto sottile e profondo, fatto di ammirazione, stima, rispetto e affetto, negli ultimi anni seguendo da lontano l'evoluzione della sua "tribu", sempre la stessa dai giorni della giovinezza, Giancarlo (Giammetti), Daniela (Giardina), Carlos (Souza) con Charlene e i ragazzi che Valentino considerava nipoti. Oggi il capitolo dei grandi creatori italiani, quelli dallo stile unico e inimitabile, si chiude definitivamente. È morto Valentino, è morta la Moda. Restano i vestiti. E la nostalgia.

Gisella Borioli



Flavio Lucchini. Painting, omaggio a Valentino.



Valentino con il suo amato rosso-Valentino, nell'immagine creata dall'A.I. per Instagram.

CASA OLANDA. TUTTO È ARANCIONE

Il countdown alle Olimpiadi Milano Cortina 2026 è scattato. Mancano pochi giorni al via dei Giochi invernali e Superstudio Più è pronto a scendere in pista.

Ecco che il mega spazio di via Tortona si tinge di arancione, apre le porte a tifosi, sportivi, appassionati e curiosi olandesi - ma non solo - e diventa TeamNL House, alias casa e ritrovo ufficiale dei fan orange.



Dal 6 al 20 febbraio, dalle 16 all'una di notte, Superstudio Più si trasforma in uno spettacolare hub olimpico capace di unire sport, intrattenimento e identità nazionale, confermando la sua vocazione a sorprendere e coinvolgere il pubblico internazionale con esperienze immersive d'impatto. I biglietti, in vendita su shop.ticketing.cm.com (34,50 euro per gli adulti e 22,50 euro per i bambini), danno l'accesso a un mondo che ruota al ritmo dei Giochi, tra adrenalina e suspense. L'arancione domina la scena, dagli allestimenti all'illuminazione, ai dettagli scenografici, rendendo tangibile quell'orgoglio nazionale che accompagna da sempre lo sport olandese nelle grandi competizioni internazionali. Di giorno l'atmosfera è pensata per adulti e bambini, coppie e amici che, complici maxi schermi iper tecnologici e spazi interattivi, potranno seguire le gare, cimentarsi in simulazioni sportive, partecipare ad attività che invitano a vivere i Giochi in prima persona.

La sera il ritmo cambia, la musica si alza e TeamNL House si trasforma in una festa, fatta di balli, celebrazioni e quell'inconfondibile spirito tutto olandese capace di mescolare sport e divertimento. Uno spirito innato e festoso che affonda le radici nella storia della Holland Heineken House e rinasce ora sul palco di Superstudio Più con un nuovo nome, TeamNL House, e un nuovo look.

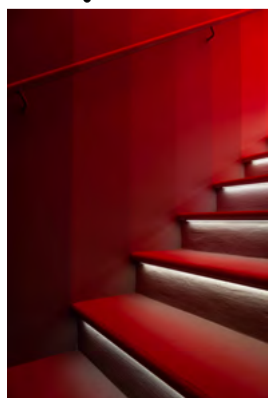


SUPER CLUB. NOTTI SICURE. ANZI DI PIÙ

Dalla festa alla tragedia nel giro di una notte maledetta. L'incendio di Capodanno nel locale Le Constellation di Crans-Montana continua a bruciare. Il pensiero ai 40 ragazzi morti e agli oltre 110 giovani feriti, ancora in bilico tra la vita e la morte, non si spegne. Ma accende dubbi e domande sulle misure di sicurezza nel locale svizzero e nei locali in generale.

Tanti, troppi indirizzi della movida non sono a norma, ma non tutti. Super Club, il «privé» di Superstudio Più, fa eccezione. «Promossissimo» in termini di sicurezza dall'inchiesta de Le Iene andata in onda domenica 11 gennaio, il megaspazio per eventi di via Tortona 27, a Milano, rappresenta un modello di location impeccabile, una mosca bianca nel settore, che in Italia conta un migliaio di discoteche, cui si aggiunge un fiume di night club, karaoke, piano bar e location

per party e happening. Fiore all'occhiello di Expect Nothing, studio specializzato in Lighting e Show Design che l'ha progettato, e della Milano by night, occupa 380 metri quadrati di superficie, «conta non una ma tre uscite di emergenza, tutte ben indicate, così come scale e scalini» evidenzia l'inchiesta de Le Iene. In più Super Club mette a disposizione singoli idranti antincendio, rete idraulica a supporto collegata e sistema tubolare a pressione antincendio. Gli ambienti, dalla scala d'ingresso al privé sono presidiati nel corso di ogni evento da personale qualificato. E sono progettati all'insegna di alti standard tecnologici, sostenibili e di sicurezza. Il sistema di illuminazione ne è la prova. Ogni area del locale è illuminata da un sistema luci basato su tecnologia LED RGBW a basso consumo, con mappatura a pixel, che, mentre crea atmosfere immersive, garantisce la miglior visibilità.



Scale illuminate al Super Club, Superstudio Più.

2026. MODA DOVE VAI?

di G.B.

Crescita lenta, margini sotto pressione e un settore che sta cambiando pelle. È questa la fotografia che emerge dall'ultimo grande rapporto annuale della società di consulenza McKinsey&Company con la rivista Business of Fashion dedicato all'industria della moda, che prova a capire chi sta davvero vincendo la partita della rilevanza e dei profitti e quali strategie saranno decisive nel 2026.

Il quadro macroeconomico è sempre più complesso: Europa, Stati Uniti e Cina viaggiano su previsioni di crescita modeste, a una cifra, zavorrate da incertezze geopolitiche e da un tema ormai centrale come quello dei dazi americani.

L'aumento delle tariffe sull'import – che colpiscono un mercato fortemente dipendente dall'estero – ha costretto i brand a rivedere le proprie strategie. Aumenti di prezzo, tagli ai costi e ripensamento delle catene di fornitura sono le risposte più diffuse, in un contesto in cui il successo futuro dipenderà dalla capacità di assorbire questi shock senza perdere competitività.

Parallelamente, l'intelligenza artificiale si impone come il grande nodo strategico del presente. Da un lato, il suo impatto sulla forza lavoro: entro il 2030 una quota significativa di ruoli potrebbe essere automatizzata, spingendo le aziende ad accelerare gli investimenti tecnologici, pur in assenza di una piena maturità degli strumenti. Dall'altro, la trasformazione radicale dello shopping online.

Le ricerche di prodotti tramite AI stanno crescendo a ritmi vertiginosi e aprono la strada a un commercio sempre più "agente", in cui l'algoritmo non si limita a suggerire, ma può arrivare a confrontare prezzi, monitorare offerte e acquistare in autonomia per conto dell'utente.

In questo scenario, prende ulteriore slancio il mercato del second hand. Complice l'aumento dei prezzi del lusso e una maggiore sensibilità ambientale, il resale cresce a una velocità doppia o tripla rispetto alla moda tradizionale.

I consumatori lo considerano un'alternativa più accessibile e consapevole, mentre i brand cercano di non restarne esclusi, internalizzando o controllando sempre più i processi di rivendita.

Un altro cambiamento rilevante riguarda il fast fashion, che sta vivendo una fase di riposizionamento. Riduzione delle linee più economiche, maggiore attenzione all'immagine, al racconto e alla qualità percepita stanno consentendo ad alcuni grandi gruppi di alzare i prezzi senza compromettere le vendite.

La costruzione di un immaginario "premium" – fatto di ambassador, direzioni artistiche forti e store curati – si rivela decisiva: per quasi la metà dei consumatori, la storia di un brand pesa ormai quanto il prodotto stesso nella percezione del valore. Non sorprende quindi che a guidare la classifica dei gruppi più profittevoli siano realtà capaci di coniugare scala industriale, controllo dei costi e potenza narrativa. Accanto ai colossi del lusso, emergono player della moda accessibile e brand asiatici in forte ascesa, segno di un settore sempre più ibrido, dove le vecchie categorie contano meno della capacità di adattarsi.

La lezione, in definitiva, è chiara: la moda non fa più sconti a nessuno. Chi saprà leggere il cambiamento – tra tecnologia, nuovi modelli di consumo e riposizionamento dei brand – potrà restare rilevante.

Gli altri rischiano di essere lasciati indietro.



PIÙ WHITE CHE MAI

Dal 26 febbraio al 1° marzo torna negli spazi di Superstudio Più WHITE. Il format della fiera contemporanea più famosa, da venticinque anni presente nella nostra venue, si conferma fedele a se stesso, mentre la spinta internazionale si apre e rinnova, puntando l'obiettivo verso Oriente. Attesa e strategica la presenza di brand all'avanguardia provenienti da Arabia Saudita e Qatar, Corea e Giappone, con l'obiettivo di far da ponte e volano al Made in Italy. Un evento come sempre da non perdere, insostituibile per i buyer, immancabile per trend-setter e talent-scout.

DIESEL. L'ALTERNATIVA AL LUXURY

di Camilla Golzi Saporiti

Diesel apre la Milano Fashion Week dedicata alla moda donna per la primavera-estate 2027 con una sfilata-evento nei monumentali spazi di Superstudio Maxi, trasformati per l'occasione in un playground urbano ad alto tasso di energia.

È qui che il brand, fondato da Renzo Rosso nel 1978, il 24 febbraio mette in scena la sua visione più pop, giovane e irriverente, confermandosi come l'outsider di lusso



che non chiede permesso, ma detta le regole e fa tendenza. Tra luci abbaglianti e denim portato come una seconda pelle, l'estetica firmata Glenn Martens – alla guida creativa del brand dal 2020 – esplose in un mix di sensualità sfrontata e spirito street, parlando direttamente a una generazione che vive la moda come linguaggio identitario

atto di libertà. La passerella diventa così uno show totale, più vicino a un concerto live che a una sfilata tradizionale, dove il pubblico partecipa, vibra, condivide. In questo clima elettrico si inserisce anche una novità strategica: l'arrivo nel backstage di Andrea Rigogliosi come nuovo CEO del brand, chiamato a guidare Diesel in una fase di ulteriore espansione internazionale, nonostante il momento critico per il settore moda. Renzo Rosso lo ha definito «la persona giusta per valorizzare un marchio che rappresenta l'unica alternativa al mondo del lusso, capace oggi più che mai di incarnare valori di inclusività e democraticità» senza rinunciare al desiderio. Diesel, del resto, continua a muoversi sul confine tra moda e cultura pop, tra provocazione e glamour, tra strada e clubbing globale, trasformando ogni collezione in un manifesto che parla di stile senza filtri. Dopo le uova in strada dell'ultima stagione (nella foto), Diesel questa volta come ci sorprenderà?

QASIMI. GLI ABITI DEI RICORDI

Alla Milano Fashion Week di gennaio, tra il fermento di una città proiettata verso le Olimpiadi invernali e il fitto calendario di eventi e sfilate, Qasimi ha messo in scena negli spazi di Superstudio Più una delle passerelle più intime e poetiche della stagione.

La collezione uomo autunno-inverno 2026-2027, Memory and the house of remembrance, è un viaggio nei ricordi, intesi come rifugio, bagaglio emotivo e traccia viva che si deposita sugli abiti. Hoor Al-Qasimi, fondatrice e direttrice creativa del brand londinese dalle radici mediorientali, resta fedele al DNA della maison – stratificazione, destrutturazione, riparazione – e lo traduce in un linguaggio sempre più maturo, dove casual e sartoriale si fondono fino a confondersi, come frammenti di esperienze sovrapposte. In passerella camicie plissettate e pantaloni ampi dialogano con giacche in denim e capispalla ricche di tasche, mentre i check dai toni naturali costruiscono completi coordinati e cappe strutturate, quasi piccole armature urbane. Le sovrapposizioni, precise e studiate, diventano un gesto di protezione oltre che di stile, metafora di una memoria che si accumula strato dopo strato. La maglieria è punteggiata di toppe, rammendi e cuciture a vista, segni delicati di continuità, di ciò che si rompe e viene ricostruito. Accanto a giacche modulari sfilano abiti fluidi, spacchi improvvisi e linee avvolgenti che seguono il corpo con naturalezza. Centrale la collaborazione con l'artista libanese Dala Nasser, che ispira volumi protettivi – mantelle, sciarpe, colli alti – e superfici segnate dal tempo. C.G.S.



FORMAZIONE/ NABA ACCADEMIA DI BELLE ARTI

TUTTI A SCUOLA AL SUPERSTUDIO 13

di Fabiana Manganello, studentessa Naba

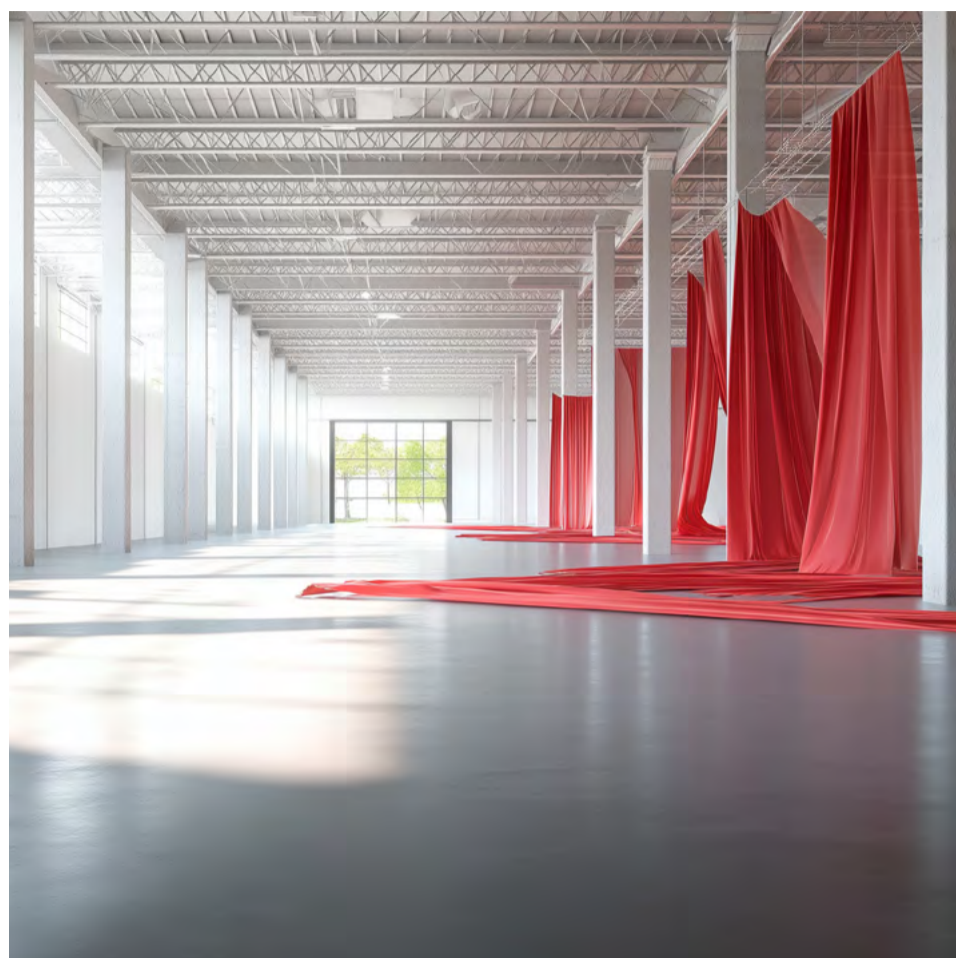
Superstudio ospita creativi: questo è scontato. Meno scontato è aprire le porte di uno studio professionale a giovani progettisti alle prese con il loro primo shooting di moda e lasciargli piena libertà. Oggi Superstudio 13 fa questo per noi, studenti della NABA di Milano invitati a sperimentare negli studi più importanti della città. Per molti aspiranti stylist è la prima volta in questo grande spazio che è lo Studio 1 della location, ma ciò non ci impedisce di renderlo subito nostro. I portabiti grondano di capi con cui costruire outfit creativi e bizzarri; il vapore dello stiro riempie l'aria mentre sistemiamo anche la più piccola piega dei nostri fit; il camerino diventa un punto critico – contenere 30 outfit e 30 stylist non è certo un gioco – tra modelle e modelli che si cambiano in una corsa contro il tempo. I make-up artist cercano di accontentare tutti: "Forse aggiungerei un po' di gloss, le darò un'aria più parigina." Il tempo scorre veloce, ma noi stylist ancora di più. A fine giornata, guidati dal professore Alberto Zanoletti, fotografiamo trenta look, tutti diversi: dall'eleganza parigina con accenti street a visioni ispirate alle rivoluzioni sessuali degli anni Ottanta. È questo il punto: osservare la frenesia e la diversità che ci attraversano e che riempiono lo studio. Superstudio, teatro di grandi shooting ed eventi, diventa un piccolo laboratorio creativo in continua "ebollizione". E ad accendere la fiamma, questa volta, siamo stati noi.



SUPERSTUDIO DESIGN 3X3: tre location, tre progetti, tre grandi mostre, design per tutti

di Camilla Golzi Saporiti

Tre location e trentamila metri quadrati per Superstudio Design, il nuovo, straordinario format pronto ad andare in scena con il ruolo di super protagonista della Milano Design Week 2026, al via il 20 aprile. In arrivo grandi ritorni e tante novità.



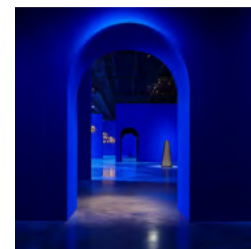
Superstudio non si ferma, ma corre veloce, abbatte frontiere, supera limiti e moltiplica gli spazi. Per la Milano Design Week 2026, in scena dal 20 al 26 aprile, la culla e hub per eccellenza del design italiano e internazionale si rinnova, lanciando un nuovo format: Superstudio Design. Due parole che annunciano un'edizione straordinaria, giocata su un tris d'assi: tre location - Superstudio Più, Superstudio Maxi e Superstudio Village - per una superficie complessiva di ben 30mila metri quadrati che, mentre interpretano da quartieri cittadini e punti di vista diversi la stessa visione strategica di contribuire allo sviluppo di un ecosistema del design che da Milano vola nel mondo, riflettono e raccontano la pluralità e il fermento del settore.

Tre sedi che offrono moltiplicate opportunità di scegliere lo spazio, il luogo, il progetto ideale che possa valorizzare i prodotti, lo storytelling, l'immagine di aziende, designer, architetti progettisti di formazione e impostazione diverse, valorizzando con strumenti e soluzioni aperte i grandi brand internazionali così come start-up e giovani creativi. Grandi aree per installazioni e mostre suggestive, gallery di tutte le

dimensioni per esposizioni individuali, collettive tematiche multibrand per una visione condivisa del design contemporaneo, padiglioni internazionali che portano il mondo a Milano, spazi accoglienti per incontri culturali e aree relax e, in esclusiva, il progetto Museum di Superstudio, con tre grandi mostre emozionali che celebrano le eccellenze e le star che hanno inciso nella storia del design. Tutto questo in un circuito urbano che lega tre quartieri hot di Milano dove Superstudio è attivo tutto l'anno con la sua visione innovativa.

1 SUPERSTUDIO PIÙ È SUPERNOVA

Superstudio Più, al centro del Tortona Design District, ospita SuperNova, esplosione di creatività che guarda al futuro, rappresentata da grandi brand internazionali e nuove realtà, archistar e designer affermati. Punto focale della venue a cui si deve l'inizio del Fuorisalone diffuso fin dal 2000, una straordinaria mostra museale. Dopo 25 anni dal debutto negli spazi di via Tortona, il celebre marchio olandese MOOOI torna con un'installazione di oltre mille metri quadrati firmata da Marcel Wanders nella sua casa milanese.



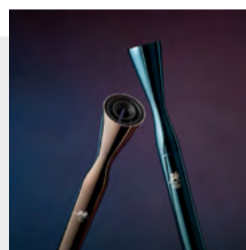
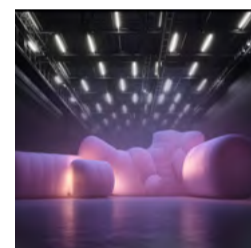
2 SUPERSTUDIO MAXI È SUPERCITY

Superstudio Maxi, nel cuore del riqualificato quartiere Barona, presenta SuperCity, progetto collettivo che disegna la mappa della città ideale del design. A contribuire alla realizzazione di questo paesaggio urbano a cavallo tra oggi e domani, ideato e curato da Giulio Cappellini, nomi dell'arte e dell'architettura, padiglioni indipendenti e grandi installazioni. Un mix di voci, forme e scenari che, arricchito dai progetti delle migliori scuole e accademie di design del mondo, creano l'immagine desiderata e allo stesso tempo concreta della città del futuro.



3 SUPERSTUDIO VILLAGE È SUPERPLAYGROUND

Superstudio Village, appena inaugurato nel frizzante quartiere Bovisa, debutta alla Milano Design Week 2026 con SuperPlayground, un programma con orario diversificato che si inoltra nella notte e che strizza gli occhi alle origini del Fuorisalone - nato come vetrina e trampolino di lancio per talenti emergenti. Riporta al centro dell'attenzione giovani designer, creativi ambiziosi, marker talentuosi, studi sperimentali in cerca di opportunità. La nuova location diventa così il palco delle possibilità dove le idee illuminano la strada e il merito consacra il traguardo.



Il design contamina le Olimpiadi

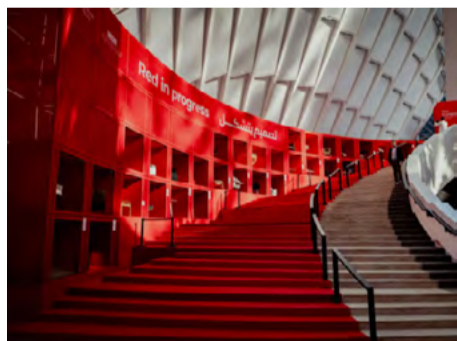
Carlo Ratti, il grande architetto teorico delle "città sensibili", come da intervista di Gisella Borioli sul libro Superstudio Design Show edito da Superstudio, firma un viaggio di stile e design illuminato e controcorrente. Autore delle torce olimpiche e paraolimpiche Essential per i Giochi Milano-Cortina 2026, mette la fiamma al centro e riduce al minimo il resto. Si oppone a enfasi formale, punta su «less is more» e progetta due torce dalla linea leggera, realizzate in materiali riciclati, ricaricabili fino a 10 volte, che, passando di mano in mano, restano accese, vive, come la speranza di vincere degli atleti e la passione universale per lo sport.

DESIGN / SALONE DEL MOBILE

RED IN PROGRESS. MILANO MEETS RIYADH

Di Mariella Dolci

Il design italiano, come la moda, ha conquistato il mondo, rendendoci protagonisti di uno stile e di una bellezza riconosciuti a livello universale. Con piacere e orgoglio, Superstudio guarda alla recente iniziativa del Salone del Mobile di Milano che, grazie alla visione della sua presidente Maria Porro, è stato l'evento clou dell'esposizione di design contemporaneo tenutasi a Riyadh lo scorso novembre, ponendo le basi per una collaborazione proiettata verso il futuro. La nostra inviata è andata per raccontarlo a voi.



Già il lungo volo sopra il deserto, prima di intravedere la città - una vera oasi - è stato sorprendente. Poi, in taxi, mi sono trovata circondata da grattacieli e davanti alla spettacolare stazione della metropolitana progettata dallo studio Zaha Hadid. Infine, l'arrivo al KAFD, il quartiere finanziario dove lo studio Giò Forma ha allestito il Salone, reinterpretandolo con grande sensibilità come un palcoscenico naturale. Una sorta di anfiteatro interamente rosso - colore simbolo del Salone - con una lunga scalinata ai lati della quale erano state ricavate nicchie modulari trasparenti, anch'esse rosse, destinate a ospitare i prodotti di 38

aziende italiane accuratamente selezionate come icone del Made in Italy.

La lungimiranza della presidente Maria Porro si è perfettamente integrata con la Vision 2030 saudita, che promuove innovazione e sostenibilità, favorendo la connessione tra designer, architetti e operatori strategici dei due Paesi. La lounge dedicata ai meeting, firmata Studio Lissoni, uno spazio confortevole, discreto e raccolto, favoriva il dialogo in un clima di totale relax. L'anfiteatro era spesso gremito, soprattutto da giovani sauditi in abiti tradizionali, mentre sul palco si alternavano, nelle diverse giornate, architetti e designer italiani - tra cui Mario Cucinella, Roberto Palomba e Piero Lissoni - in dialogo con architetti ed esperti locali per affrontare il tema della trasformazione urbana sostenibile. Le masterclass hanno saputo raccontare con efficacia la storia, le evoluzioni e le curiosità degli ultimi decenni del design italiano.

Al mattino, architetti locali accompagnavano gli addetti ai lavori alla visita dei grandi progetti di Riyadh, per comprendere meglio lo spirito della città in continua evoluzione: dalla città di fango e mattoni crudi dei primi decenni dell'Ottocento alla metropoli contemporanea.

L'idea di Maria Porro - "Non esportare Milano, ma costruire con Riyadh" - ha riscosso un tale successo che si guarda già al Salone del Mobile a Riyadh nel 2026. È proprio grazie a questa iniziativa che il design italiano ha rafforzato la propria presenza nel mercato saudita in forte espansione, posizionando il Made in Italy al centro del Medio Oriente.

FORMAZIONE/ MASTER ART&DESIGN UNIVERSITÀ LUM SUPERSTUDIO ACADEMY ANNO SECONDO

Di Micaela Sallustio

Pronti per un'opportunità unica nel mondo dell'arte e del design? Con la seconda edizione del Master universitario in "Arts & Design Management", la School of Management dell'Università LUM ha stretto una partnership con Superstudio Academy, divisione innovativa di Superstudio Group, rinomato per i suoi eventi di alto livello a Milano.

Questo Master è pensato proprio per studenti universitari e per chi, laureato o professionista del settore, desidera approfondire le proprie competenze nel mondo del design, dell'arte e della creatività. Con l'occasione di imparare a gestire le dinamiche delle imprese culturali, unendo teoria e pratica in un contesto reale. In particolare, c'è la chance di partecipare attivamente alla realizzazione di SuperstudioDesign, nuovo nome di un evento nato venticinque anni fa, diventato punto di riferimento imprescindibile durante la Milano Design Week.

Gisella Borioli, Presidente di Superstudio, che l'ha fortemente voluto e che lo guiderà, sottolinea quanto sia importante colmare il divario tra la formazione accademica e il mondo del lavoro. Grazie al Professor Francesco Manfredi, direttore della LUM School of Management, e alla partecipazione diretta e all'affiancamento di esperti, si potranno acquisire strumenti pratici e conoscere le sfide reali del settore. Per concludere, gli "Experience Days" durante la Milano Design Week di aprile, permetteranno di essere immersi in un ambiente stimolante e professionalizzante.

Per informazioni: management.lum.it/master/art-design-management
Micaela Sallustio - cell. 3294083890 - sallustio@lusc.it



Primo anno Superstudio Academy, allievi e collaboratori. Al centro Gisella Borioli



TATTOO. ARTE A FIOR DI PELLE

C'è un linguaggio che non si esprime a parole. Va oltre, liberando immaginazione e creatività. Usa segni, simboli, figure, forme, numeri, immagini che, tatuati sulla pelle, raccontano storie, fissano ricordi, immortalano momenti, esprimono stili, emozioni, cambiamenti, sogni e desideri.

Come lettere di un alfabeto personale scritto sulla pelle, come vestiti cuciti addosso, i tatuaggi parlano e sfoggiano tratti di noi stessi con più forza ed effetto di qualunque parola e vestito. E tornano protagonisti della Milano Tattoo Convention, andato in scena per il terzo anno consecutivo negli spazi monumentali di Superstudio Maxi, location prediletta di una manifestazione che ha trasformato l'underground in cultura pop, l'istinto in stile, il segno in narrazione.

Nel corso dell'evento il corpo diventa tela, archivio sentimentale, manifesto estetico, interpretando una visione che la moda aveva intuito già negli anni Novanta, quando Jean Paul Gaultier portò in passerella le sue iconiche maglie in tulle effetto seconda pelle che, decorate con motivi tribali e grafismi illusionistici, anticipavano l'idea del tatuaggio come vestito permanente, ornamento identitario e gesto artistico. Oggi la profezia dell'enfant terrible della moda prende forma e vita tra stand, aghi e inchiostri, con una tribù di tatuatori provenienti da ogni parte del mondo. Guru affermati e nuovi talenti sono tornati a Milano per confrontarsi, contaminarsi, sfidarsi in un affascinante gioco di colori, tecniche e creatività.

Nata nel 1996 come una sorta di «party tra amici appassionati di tatuaggi, musica e moto», la convention è diventata negli anni una piattaforma internazionale imprescindibile, un termometro delle tendenze e delle evoluzioni stilistiche, dal realismo iperdettagliato al fine line minimalista, dal traditional alle sperimentazioni più concettuali.



TAPPA DI STUDIO AL FLA MUSEUM

Venti studenti della Facoltà di Moda della California State University Long Beach (CSULB) hanno fatto tappa al FLA Museum, ormai diventato una meta imprescindibile del programma "Italy Study Abroad", due settimane di studio in Italia, organizzate in collaborazione con l'agenzia Pink Up. Durante il loro viaggio tra le eccellenze italiane della moda, gli studenti hanno scoperto al FLA Museum una visione diversa e profonda della Moda: non solo prodotto o tendenza,

ma arte e linguaggio culturale che trascende le logiche di mercato e le imposizioni del marketing. Flavio Lucchini racconta la moda come metafora della società in evoluzione e come gesto creativo capace di trasformare il modo in cui guardiamo le immagini e interpretiamo l'estetica contemporanea. Oltre il vestito, c'è di più.

Vuoi collaborare con noi?

Superstudio Group, società Benefit, a Milano è una realtà complessa che in quattro sedi dislocate in punti nevralgici della città offre una varietà di opportunità e servizi per la creatività e l'innovazione. Oltre agli eventi, core business del gruppo, è impegnata in diverse aree culturali e sociali, quali arte, formazione, volontariato, editoria, scouting, charity ecc. **Stagisti, volontari, creativi, aspiranti giornalisti interessati a entrare nella community di Superstudio nelle aree arte moda cultura e progettualità sociale**, con contributi anche temporanei o saltuari, scrivete a info@superstudiogroup.com o assistant@superstudiogroup.com

Dove nasce la creatività, può nascere anche la tua impresa. Gli spazi iconici di Superstudio aprono le porte a realtà del mondo della moda, arte, design, tecnologia, formazione, innovazione, creatività e comunicazione.

- Uffici e showroom da 130 a 600 mq con terrazzi, open space e sale espositive
- Location esclusive: Superstudio 13 (Via Forcella 13) e Superstudio Più (Via Tortona 27)
- Servizi premium: bar-ristorante, catering, giardino, rooftop e gallerie d'arte
- Contratti flessibili, definiti su misura anche a breve termine

Prenota la tua visita:
info@superstudiogroup.com
amministrazione@superstudiogroup.com

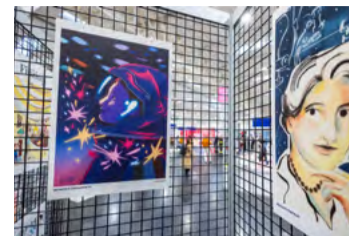
**AFFITTANSI
SHOW-ROOM
E UFFICI**

BOOK PRIDE MILANO. LIBRI IDEE SPERANZE

Dal 20 al 22 marzo Book Pride torna a Milano, negli spazi di Superstudio Maxi, per una tre giorni dal fascino poetico e contemporaneo. «La speranza è la cosa con le piume» è il titolo e fil rouge della decima edizione della fiera nazionale dell'editoria indipendente, oltre che un omaggio a Emily Dickinson e alla sua idea di resistenza gentile capace di attraversare anche le tempeste.

Appuntamento clou per chi ama i libri che osano, sperimentano e raccontano il presente con sguardo libero, Book Pride Milano riunisce editori, autori e lettori in un dialogo continuo tra idee e storie. Sotto il coordinamento editoriale di Francesca Mancini e la curatela di Marco Amerighi e Laura Pezzino, la manifestazione affida ancora una volta alle voci femminili il filo conduttore del racconto e intreccia il programma con una serie di celebrazioni letterarie, da Collodi ad Agatha Christie. Tornano anche le sezioni speciali dedicate alle nuove generazioni, al fumetto e allo sport, in un percorso che attraversa linguaggi e pubblici diversi e trasforma Milano in un salotto culturale dove la parola scritta fa volare immaginazione e speranza.

Book Pride Milano, 20/22 marzo 2026, Superstudio Maxi.



BOOKS & ART

FESTIVAL DEL ROMANCE. LEGGIAMO L'AMORE

Oltre 250 tra autori, scrittori, editori, blogger, influencer e giornalisti del mondo romance al Superstudio MAXI per la sesta edizione del Festival Romance Italiano, libri che parlano d'amore.

Il romanticismo che non sembra essere di moda di questi tempi in realtà ha un suo pubblico di appassionati che trovano in questo sentimento l'antidoto alla negatività generale e lo spunto per sognare. Un evento ricco di momenti, incontri, dibattiti e anteprime, complice l'arrivo di nuove firme italiane accanto a penne affermate, pronte le une e le altre a incuriosire, appassionare e coinvolgere lettrici e lettori, tra storie inedite, passioni travolgenti e finali da ricordare. Ma non solo. Più che un festival, un vero salotto della narrativa sentimentale, dove la community del romance ha l'occasione di ritrovarsi, confrontarsi, scoprire nuovi titoli e acquistare romanzi ancora inediti, confermando il ruolo dell'evento come piattaforma di lancio per le voci emergenti e punto di riferimento per una community in costante crescita.

Festival del Romance Italiano, 7 marzo, Superstudio Maxi, dalle 10 alle 19.



Freschi di stampa

Uscita a febbraio per **Arte e Moda** l'ultima pubblicazione di Flavio Lucchini (dopo Cahier, Dress Art, From Fashion to Art: the Vogue lesson, Il Destino). Fondatore di Superstudio Group e artista a tempo pieno, oggi a 97 anni, Lucchini ha voluto pubblicare un essenziale libro-catalogo delle sue opere, personalmente scelte tra le centinaia dell'archivio come simbolo del suo immenso lavoro. L'abito come un totem urbano, raccontato attraverso le immagini e le parole. **Arte e Moda. Edizione Superstudio.**



È arrivato in libreria **Cultura adesso. Un'economia contemporanea di Franco Broccardi**, il commercialista di Superstudio esperto in economia della cultura e art management con mente da scrittore e cuore da poeta. Interessante analisi a tutto tondo, senza preconcetti, di quanto arte e cultura siano importanti nella società contemporanea e debbano essere valorizzati per generare una economia positiva e un interesse salvifico generalizzato. **Cultura adesso. Nomos Edizioni, nomosedizioni.it**

MIA/SUPERSTUDIO. IMMAGINI E IMMAGINAZIONE

MIA ParisBas, la più prestigiosa fiera italiana della fotografia d'autore ha quest'anno l'intrigante titolo di **Metamorfosi**. Con due novità. Il primo Superstudio Photo Awards riservato ai giovanissimi talenti delle scuole di fotografia italiane e europee. E, nella adiacente MyOwnGallery la mostra personale "Winter Light" di Riccardo Fregoso.

Alla fine del percorso tra le mostre delle grandi gallerie e le immagini dei più quotati fotografi internazionali, al MIA di marzo 2026 una sorpresa attende i visitatori. È la prima edizione del premio SUPERSTUDIO PHOTO AWARDS pensato proprio per cogliere i nuovi talenti sul nascere e portarli verso la professione e il successo. Dedicato per la sua prima volta a Oliviero Toscani - che Flavio Lucchini scoprì quando era ancora studente alla Kunstgewerbeschule di Zurigo - il premio si rivolge agli studenti delle scuole d'arte, con un finale professionalizzante. Il titolo "Metamorfosi. Diversamente IO" invitava a una riflessione profonda su sé stessi e la vita. Tra i cinquanta giovani candidati proposti dai vari istituti la giuria di expert, con Lola Toscani, Francesca Malgara, Nicolas Ballario, ne ha selezionati dieci che verranno sottoposti al giudizio della giuria popolare dei visitatori durante la fiera. Che vinca il migliore!

In contemporanea al MIA, "Winter Light" di Riccardo Fregoso nella vicina MyOwnGallery mette in mostra le immagini poetiche di momenti quotidiani e luoghi banali "dipinti" da squarci di luce e atmosfere luminose.

18/22 marzo MIA Photo Fair BNP Paribas - Superstudio Più, via Tortona 27 - Mi
17/22 marzo "Winter Light" di Riccardo Fregoso - MyOwnGallery, via Tortona 27 bis - Mi



SUPERSTUDIO MAGAZINE è una pubblicazione mensile edita da Superstudio Group.

Direttore responsabile: Gisella Borioli.

Grafica: Anna Bergamo. Coordinamento redazionale: Chiara Ferella Falda, Camilla Golzi Saporiti. Contributor: Mariella Dolci, Giulio Lai, Fabiana Manganella, Edoardo Paghini, Micaela Sallustio, Ginevra Urso, Martina Venturini, Alberto Zanoletti.

Versione digitale aggiornata tutti i giorni on-line: at-superstudiomagazine.com

Edizione cartacea scaricabile in pdf dai siti: superstudiogroup.com e superstudioevents.com

Magazine in italiano e inglese.

Registrato al Tribunale Ordinario di Milano in data 20/12/2017 al numero 368. Tutti i diritti riservati.

Contatto Redazione: communication@superstudiogroup.com

Edito da Superstudio Group - Via Tortona 27 Milano 20144

Tel +39 02 422501 - info@superstudiogroup.com - superstudiogroup.com

Informazioni. Per eventi: info@superstudioevents.com - superstudioevents.com

Per affitto uffici e foresterie amministrazione@superstudiogroup.com

Studi fotografici: info@superstudioset.com