



*Magical Pitti tour*

**Magical Pitti tour.** Il tema dell'edizione '80 di Pitti Uomo sarà il viaggio: una grande mappa grafica, con itinerari, stazioni di partenza e di arrivo, tappe intermedie e soste panoramiche, occuperà il Piazzale Centrale della Fortezza da Basso. Un viaggio dentro il mondo di Pitti e **dentro il mondo della moda e degli stili di vita contemporanei**, ma anche un percorso attraverso le idee più nuove, i contenuti più interessanti della stagione. Un modo per dire che la ricchezza di questo appuntamento, proprio come un viaggio, risiede nel farci entrare in contatto con tante novità diverse e farle interagire tra di loro.

Il percorso del "viaggio" si articola in 13 tappe: **Pitti Uomo, Affinità Elettive, Pop Up Stores, Fashion At Work; Sport & Sport, Uppercasual; Ynformal, Urban Panorama, My Factory; Futuro Maschile, Touch!, l'Altro Uomo, New Beat(s).**

**Da segnalare:**

### **Il nuovo "FUTURO MASCHILE"**

Tra le sezioni più dinamiche di Pitti Uomo negli ultimi anni, Futuro Maschile è quella che ha saputo interpretare in modo unico l'evoluzione della moda uomo classico-contemporanea. A questo Pitti Uomo Futuro Maschile cambia volto, prendendo una direzione ancora più

specifica, diventando laboratorio di ricerca sulle nuove espressioni dell'abbigliamento formale. Nel nuovo spazio della Sala delle Nazioni una community di aziende e collezioni ultra-selezionate, si rivolgerà a una distribuzione internazionale ancora più attenta, sofisticata e aperta al nuovo. In questo nuovo "salone nel salone" ci saranno nomi come Alberto Fasciani, Andrea Pompilio, Alden Usa, Band of Outsiders, Bothos, Camoshita United Arrows, Haver Sack, Louis Leeman, MA.STRUM, Mackintosh, Marchand Drapier, Roda, Sundek by Neil Barrett, Tricker's, e anteprime speciali come il debutto della collezione di Gianvito Rossi.

### **Sempre più importante e articolato il segmento SPORTSWEAR**

I grandi brand dello sportswear, quelli che in questo momento sono impegnati a sviluppare tutto il loro mondo con risultati commerciali in crescita, investono in modo sempre più consistente su Pitti Uomo: una testimonianza di come la manifestazione sia ormai riconosciuta come il luogo ideale dove presentare collezioni, nuove iniziative e proposte di lifestyle globale. Per rispondere a questa richiesta il salone amplifica gli spazi della sezione "Sport & Sport", e al Padiglione Cavaniglia aggiunge un'altra area interamente dedicata al mondo dello sportswear, il Padiglione delle Ghiaia. E così mentre nomi come G-Star Raw, Gant, Henry Cotton's, Scotch & Soda e WP Lavori in Corso si aggiudicano spazi più imponenti e creano allestimenti d'impatto, assistiamo anche ad anteprime mondiali e a rientri importanti, come quello di K-Way.

### **IL PADIGLIONE CENTRALE è il cuore di Pitti Uomo**

C'è una lunga lista di aziende che fanno richiesta di presentare le loro collezioni al Padiglione Centrale, il luogo che nelle ultime stagioni si è affermato come il contenitore in cui Pitti Uomo elabora le tendenze più attuali di lifestyle. Da una parte il Piano Inferiore - con nomi come Boglioli, Brunello Cucinelli, Church's, Cruciani, Isaia, Lardini e altri - e collezioni che esprimono una raffinata contaminazione tra classico, ricerca e sportswear.

Dall'altra il Piano Attico con protagonisti nomi di punta del nuovo classico come Albert Arts, Altea, Kiton, Herno, Luciano Barbera, Sartorio, che si distinguono per l'esclusività e la qualità dei materiali e delle lavorazioni artigianali che impiegano. E poi il Piano Terra, che attraverso il suo percorso tra le collezioni dialoga in modo diretto con il mondo sportswear (al Padiglione Cavaniglia) da una parte, e con la ricerca delle collezioni del fashion district (Futuro Maschile, Touch!, L'Altro Uomo) dall'altra.

### **TOUCH! e L'ALTRO UOMO. L'avant-garde è oggi**

La cifra di Touch! è il connubio tra ricerca e internazionalità: una sezione che fin dall'inizio si è concentrata sulla proposta più eclettica per il guardaroba dell'uomo contemporaneo, sugli stili più visionari, capaci di mixare materiali sofisticati e ricchi del passato, contenuti della tradizione e un tocco di eccentricità, per rappresentare l'avant-garde oggi. Collezioni di abbigliamento e accessori - come AI\_ , Ally Capellino, Engineered Garments, Fifth Avenue Shoe Repair, Linda Farrow, Mark McNairy New Amsterdam, Nigel Cabourn, Our Legacy, Tateossian London, Ymc - che riflettono una creatività intelligente e colta, che rifugge dal già visto e tenta nuove strade anticipando i mutamenti del gusto.

### **MY FACTORY e NEW BEAT(S): spazio agli stili emergenti e ai nuovi talenti**

Nata come sfida per rappresentare le nuove espressioni della cultura metropolitana, nelle sue diverse contaminazioni tra tecnologie, musica, arte e design, la sezione My Factory si è affermata come piattaforma ideale per scoprire gli stili emergenti della moda, e alcuni tra i più vivaci marchi-laboratori creativi del segmento urban e sportswear.

Nello spazio Lyceum, ma al primo piano, va in scena New Beat(s), l'area che Pitti Uomo dedica agli emergenti e ai debutti assoluti. Giovani designer, selezionati da uno scouting attento, impegnati in una personale interpretazione del fashion, a Pitti Uomo affrontano il loro primo appuntamento con il pubblico internazionale. Tra i marchi presenti: Bakuto893, Niyazi Erdogan, You Footwear

Il ruolo del salone come punto di riferimento sulla scena internazionale è dimostrato dai numeri delle aziende e dalle richieste di partecipazione, in continuo aumento a ogni edizione. 1.000 circa i marchi / collezioni attesi a questa edizione dei quali il 34% del totale proveniente dall'estero.

Le aspettative rispetto ai buyers e visitatori? Superare i numeri dell'edizione di giugno 2010: 32.000 i visitatori in totale; oltre 19.200 i compratori; dei quali 6.900 i buyer (36% del totale) dall'estero. Il Pitti Club, il gruppo che raccoglie le insegne più prestigiose, conta oltre 150 negozi italiani e più di 550 esteri.

E crescono anche le richieste di realizzare eventi e presentazioni speciali in Fortezza, sempre più contesto privilegiato dove intercettare i top buyer e la stampa internazionali.

Ecco alcune delle principali novità e anteprime di questa edizione:

- **Lubiam**, la storica azienda mantovana, festeggia i suoi primi 100 anni con una installazione-evento alla Limonaia del Giardino di Villa Vittoria, una mostra e una speciale capsule collection:

- il progetto speciale di **Pringle of Scotland** in collaborazione con la prestigiosa Central Saint Martins College of Art and Design, incentrato sulla riedizione di alcuni pezzi iconici del suo archivio, dal 1815 ad oggi;

\_ la partecipazione speciale di **Daks**, storico brand inglese che presenta Daks Sport, la nuova linea di abbigliamento e accessori uomo e donna, in uno spazio importante in Fortezza;

- **Carhartt**, marchio iconico dell'urbanwear statunitense, si presenta alla platea internazionale di Pitti Uomo per la prima volta con la sua linea più moderna e avant-garde, Carhartt Work In Progress, e tutto il suo lifestyle;

- **Alberto Guardiani** presenta in anteprima la capsule collection realizzata in collaborazione con il magazine internazionale Wallpaper\* per celebrare il 30° anniversario della prima linea uomo;
- **Santoni** sceglie ancora una volta Pitti Uomo come scenario per la presentazione di un progetto esclusivo, Santoni Club;
- la partecipazione speciale di **K-WAY**, che in uno spazio importante in Fortezza presenterà i suoi classici e nuove icone di stile, in un gioco di suggestioni tra tradizione, presente e futuro;
- il lancio della capsule collection **Remade in Switzerland for Victorinox** disegnata da Christopher Raeburn, uno dei più talentuosi giovani designer britannici.