



Vari sono i progetti che Pitti Immagine dedica ai nuovi talenti. Tra tutti certamente il più prestigioso è Who is on Next? /uomo.

“Who is on Next?”, è un concorso destinato alla ricerca dei nuovi talenti italiani o no, ma che lavorano e producono in Italia. Nato nel 2005 è stato ideato e realizzato da Altaroma in collaborazione con Vogue Italia come concorso dedicato ai giovani emergenti nel prêt-à-porter donna. Nel 2009 prende il via il progetto che vede la collaborazione di Pitti Immagine, Altaroma e L’Uomo Vogue, dedicato allo scouting dei giovani talenti nella moda uomo. In occasione dell’edizione estiva di Pitti Uomo, una giuria internazionale composta da top buyer, firme del giornalismo e opinion maker, viene chiamata a giudicare le collezioni dei finalisti - esposte in uno spazio appositamente disegnato e visitabile da tutti gli operatori della fiera - e a decretare i vincitori, che hanno la possibilità di realizzare un evento individuale nell’edizione di Pitti Uomo a gennaio dell’anno successivo. In questo modo e in parole di Raffaello Napoleone il concorso si conferma “ un trampolino di lancio sulla scena internazionale per far conoscere il proprio stile e la propria creatività alla stampa e ai top buyer e per aprire nuove prospettive nella carriera dei fashion designer.”

I finalisti vincitori di Who is on Next? / UOMO entrano nel programma **THE NEW PERFORMERS** di Fondazione Pitti Discovery, la piattaforma creativa che promuove progetti in cui si confrontano moda, arti visive, cinema, fotografia, pubblicità, architettura, musica ed ha il compito di evidenziare i fenomeni artistici più innovativi, dai quali la moda trae materia di progettazione

Di seguito il profilo dei sei finalisti della quarta edizione: France sco Alosi, Erik Bjerkesjo, Andrea Cammarosano e Lucio Vanotti per il prêt-à-porter; e per gli accessori, Move Officine del Cappello e YOU footwear. Le loro collezioni saranno presentate al pubblico di Pitti Uomo per la prima volta al Piano Inferiore del Padiglione Centrale, quindi con grande rilievo,



pechè nel cuore della fiera.



Francesco Alosi courtesy Pitti

Francesco Alosi è un giovane fashion designer italiano, di origine siciliana. Diplomato alla Naba di Milano, dopo aver studiato alla scuola superiore di arti applicate di Duperré, a Parigi, lavora come pattern & design assistant per brand come: Neil Barrett, Gustavo Lins e Gaspard Yurkievich. Il suo stile, prende spunto dalle illustrazioni che lui stesso realizza e che richiamano alla mente i personaggi dei fumetti giapponesi e le suggestioni del sud est asiatico.

Gli abiti che crea sono destinati a un uomo cosmopolita che vive in grandi metropoli come New York, Mosca, Parigi e Tokyo. La sua è una moda maschile artigianale, preziosa e ironica.

Erik Bjerkesjö, nato a Stoccolma nel 1982, dopo il Master al Polimoda in Footwear and Accessories Design, si affaccia al mondo del fashion proponendo il suo personale concetto di eleganza maschile. Un design raffinato e al contempo innovativo, dove ogni paio di scarpe nasce dalla meticolosa maestria degli artigiani. La sua progettazione spazia dalla scelta delle pelli fino al packaging del prodotto e si distingue per una ricercatezza fatta dai piccoli dettagli: le smussature fatte a mano, l'elegante punzonatura sulle punte, la preziosità dei tre chiodi d'oro da diciotto carati sul tacco

Andrea Cammarosano, triestino di nascita, ha studiato fashion design al Polimoda di Firenze e alla Royal Academy di Anversa. Nella città belga riceve il MoMu Award, conferitogli dal Museo della Moda per l'originalità delle sue creazioni. In seguito si trasferisce a San Francisco - dove insegna presso l'Academy of Arts University - e da qui



inizia a creare le sue prime collezioni di moda maschile, sperimentando una dimensione concettuale fatta di abiti concepiti come artwork. Stampe, colori vivaci, riferimenti storici ed etnici sono usati in contrapposizione a elementi tecnologici. Forme inaspettate, trasformiste, che privilegiano la libertà di espressione ai linguaggi stilistici codificati, per capi che uniscono tutta l'artigianalità e la qualità italiana all'intellettualità della moda belga e lo spirito open-mind americano.

Lucio Vanotti, bergamasco di nascita, ma milanese d'adozione, dopo gli studi in arte e il percorso accademico intrapreso presso l'Istituto Marangoni, nel 2002 lancia il marchio February.

Un'avventura stilistica durata nove anni, fino a quando la collezione P/E 2012 ne decreta il cambiamento con la nascita del brand omonimo. Vanotti porta avanti la sua identità: un'idea di moda casual, raffinata e unisex, dove il segno, la materia e la superficie sono le variabili del suo lavoro. Un purismo stilistico domina le sue creazioni, i capi sono ridotti alla loro forma basilica, secondo un'ideale astrazione e un concreto alleggerimento. A parlare sono i tessuti, i tagli e le loro geometrie.



Lucio Vanotti courtesy Pitti

Move-Officine del cappello nasce dall'idea di **Massimiliano Amicucci**. Il brand fonde suggestioni cinematografiche e teatrali con una sperimentazione stilistica contemporanea. Ed è proprio per il mondo del cinema e del teatro che molte delle creazioni di Amicucci sono realizzate. L'idea dello stilista parte dalla visione del cappello come valorizzazione e



rappresentazione della personalità di un individuo in un continuo divenire stilistico.

I cappelli Move vantano un'elevata qualità di materiali - completamente naturali - e sono realizzati esclusivamente a mano. E si distinguono come accessori unici per i particolari pregiati e le tinture create dallo stesso designer, ancora per l'uso di immagini stampate e processi di invecchiamento stilistico che li conferiscono uno speciale effetto d'antan.

Il marchio YOU nasce nel 2011 dall'incontro di due visioni umane, professionali e culturali apparentemente affini ma intimamente lontane: **Max Bosio**, architetto italiano, cool-hunter e visual designer ideatore di questo progetto, e il fashion designer israeliano **Alon Siman Tov**, che è stato direttore creativo, scarpe e accessori, per Levi's Europa. Nasce così un marchio di scarpe cross-cultural che fonde l'immediatezza delle sneaker al tocco sofisticato e metropolitano del casual wear. Interamente hand Made in Italy, le creazioni YouFootwear sono caratterizzate dall'uso di pelli pregiate e tessuti riciclati che si fondono per creare uno stile contemporaneo e dinamico fatto di contrapposizioni materiche, contaminazioni e rimandi culturali diversi.

