

PITTI ISLAND

Il nuovo tema dei saloni estivi 2022

È **PITTI _ ISLAND**. Questo il tema di Pitti Immagine per le edizioni estive 2022. Un concept raccontato da tutta la comunicazione (adv, video, social) a cura del creative director **Angelo Figus** e dai **Narente**, Lucio Aru e Franco Erre, a cui è stata affidata tutta la parte visual. Una produzione che caratterizzerà fortemente anche gli allestimenti alla Fortezza da Basso, seguiti dall'architetto **Alessandro Moradei**.

Il concept

Un'isola come un punto fermo, un punto fisso, un punto fisico e interiore, ma soprattutto un punto di incontro e di confronto. Un'isola come uno spazio concentrato, laboratorio che sperimenta, amplifica, diversifica. Terra di scoperte, di esplorazioni, terra visionaria che allontana dalle cose per poterle individuare. Un'isola che non si isola, ma che si rapporta con la terra ferma in uno scambio continuo, in un colloquio costante di spirito e di percorso. Un'isola esotica e urbana, selvatica e magica dove intrattenersi e meravigliarsi ancora.

“**PITTI _ ISLAND**, tema guida dell'estate 2022, sarà un'isola immaginaria, collegata con tutto il mondo in uno scambio reciproco e costante. Una terra dalla botanica selezionata, socievole e aperta, a volte divertente, riflessiva e coinvolgente, sensibile alle idee, per incontrarsi, per stare insieme prima di riprendere, ciascuno, il proprio viaggio”, **spiega Agostino Poletto, direttore generale di Pitti Immagine**. “In tutto questo leggiamo una metafora perfetta dei nostri saloni e degli obiettivi che vogliamo raggiungere a ogni edizione, selezionando il meglio della creatività fashion”.

Un set speciale per la campagna adv

Prosegue la partnership creativa con Lucio Aru e Franco Erre, in arte Narente (in sardo, colui che narra), che firmano i video e la campagna pubblicitaria dei tre saloni di Pitti Immagine. La location scelta è un luogo magico ma non scontato, fatto di natura selvaggia ma disegnato dall'uomo, circondato da acqua e vegetazione.

Per **Pitti Filati**, la vegetazione rigogliosa dell'isola diventa materia prima da intessere, per sperimentare e al tempo stesso ritrovare la naturalità dei tessuti.

“Il lavoro creativo è stato stimolo per una riflessione sulle possibilità infinite del concetto stesso di isola, sulle opportunità che “scoprire” ed “esplorare” possono offrire e sul senso stesso del viaggio, del passaggio e del segno che lasciamo o che vogliamo lasciare”, **raccontano Lucio Aru e Franco Erre**. “L'intento, per quanto riguarda l'approccio visivo, è stato di raccontare un universo dinamico, una storia che parlasse di evoluzione, esplorazione e curiosità. Un'immagine d'insieme che fosse al contempo lirica e terrena”.

Gli allestimenti in Fortezza da Basso

Nel piazzale e nei padiglioni della Fortezza da Basso, il tema **PITTI _ ISLAND** si tradurrà in allestimenti inediti. L'idea di fondo: impiegare le immagini della campagna in senso architettonico/installativo. “Le foto usciranno dai limiti della loro cornice acquistando profondità e prospettiva, moltiplicandosi nei piani e nelle trasparenze, **spiega il creative director Angelo Figus**. “L'isola reale, quella della location della campagna, si smaterializzerà e ricomparirà in Fortezza, proponendo scorci e viste animate dai modelli e protagonisti della campagna che usciranno in aggetto dal paesaggio, mischiandosi e comunicando visivamente con i visitatori. L'allestimento creerà suggestivi scenari naturali nei quali perdersi e fotografarsi, integrandosi nelle immagini della campagna stessa che rimbalzerà sui social, ogni giorno con i volti di nuovi viaggiatori alla scoperta della nuova stagione”.