



PITTI IMMAGINE UOMO

Pitti Uomo 103
Firenze, Fortezza da Basso
10-13 gennaio 2023

**Un'edizione ricca di novità
che porta con sé la voglia di muoversi, scoprire e sperimentare,
in una dimensione crossover sempre più internazionale.**
**Si ampliano gli spazi in Fortezza e si arricchisce il percorso espositivo:
torna I GO OUT, debuttano i progetti "PITTIPETS" e "the SIGN",
per quattro giorni densi di lanci, anteprime, progetti ed eventi speciali.**

PITTIWAY
è il tema di questa edizione!

L'edizione invernale di Pitti Uomo si svolgerà alla Fortezza da Basso di Firenze dal 10 al 13 gennaio 2023. Quattro giorni durante i quali la manifestazione di riferimento per la moda maschile e il lifestyle ospiterà i protagonisti del menswear internazionale, i brand di riferimento e i progetti più innovativi, con un programma di anteprime, eventi e appuntamenti da non perdere.

Anche a questa edizione l'attenzione si è concentrata sul percorso espositivo in Fortezza, che mostrerà una preview completa delle nuove collezioni uomo. E non solo. Pitti Uomo spinge infatti in avanti la sua proposta e amplia il suo percorso, con progetti speciali che intercettano i nuovi desideri del lifestyle oggi. Va in questa direzione il ritorno di *I GO OUT*, la sezione dedicata al mondo dell'abbigliamento outdoor di ricerca. Si confermano e arricchiscono di protagonisti le sezioni *Fantastic Classic*, *Futuro Maschile*, *Dynamic Attitude*, *Superstyling*, e l'area *S|Style* focalizzata sulla moda eco-responsabile, alle quali si aggiungono due novità assolute: le aree speciali "the SIGN" e "PITTIPETS", che ampliano i confini della manifestazione arricchendola di contenuti.

Pitti Uomo si conferma così un salone capace di creare connessioni sempre nuove tra mondi diversi, ma non distanti: un crossover di moda e lifestyle, che offrirà alla community di riferimento un ventaglio sempre più ampio e attuale di contenuti e proposte. ***Ecco come sarà Pitti Uomo 103!***

II GOVERNO ITALIANO e AGENZIA ICE sostengono Pitti Uomo e le edizioni invernali dei saloni

Il Governo italiano e ICE, Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane, promuovono il ruolo di Firenze nella strategia di internazionalizzazione della moda italiana attraverso il sostegno ai saloni invernali 2023 di Pitti Immagine, un contributo fondamentale per il programma di incoming dei migliori operatori esteri, di comunicazione e di eventi speciali. Inoltre, in occasione di Pitti Uomo, Agenzia ICE presenta la sesta edizione di YOUNG ITALIAN START UP AROUND THE WORLD, un progetto finalizzato a valorizzare start up del Made in Italy fra le più promettenti, realizzato in collaborazione con Pitti Immagine Tutoring & Consulting e allestito nel Padiglione Centrale della Fortezza da Basso. Ecco i nomi dei protagonisti di questa edizione: **Al Ain, Càpe Concept, District People, Rebel Touch, Seven Gauge, Wundercamera Wardrobe.**

UNICREDIT MAIN PARTNER di PITTI IMMAGINE

Nuovo appuntamento con la collaborazione triennale di Pitti Immagine con **UniCredit**, Gruppo bancario paneuropeo determinato a mantenere forte il radicamento sui territori e un rapporto a tutto campo con le comunità nelle quali opera, sostenendole su molteplici fronti. Nell'ambito di questa collaborazione, durante i quattro giorni del salone, l'UniCredit Theatre allestito in Fortezza da Basso ospiterà diversi momenti di incontro e conversazione su moda, innovazione, economia, sostenibilità e lifestyle. "Il nostro Gruppo è determinato ad agevolare lo sviluppo dei territori - **sottolinea Annalisa Areni, Responsabile Client Strategies UniCredit** -. Lo facciamo su più fronti, attraverso l'impegno quotidiano del nostro team e del nostro network e sostenendo attivamente iniziative speciali e di rilievo, come quelle organizzate da Pitti Immagine. Il nostro principale obiettivo è dare tempestivamente risposta alle esigenze delle persone, della collettività e delle realtà produttive del Paese, aiutandole in concreto a sprigionare il loro potenziale. Ne è un esempio il programma operativo UniCredit per l'Italia, con il quale mettiamo a disposizione anche un plafond



PITTI IMMAGINE UOMO

di 5miliardi per supportare aziende e cittadini alle prese con i rincari energetici e delle materie prime e con il rallentamento economico globale. E' con queste iniziative che rafforziamo il nostro ruolo di partner per lo sviluppo sostenibile del Paese".

I BUYER

Tra i buyer dei più importanti department store italiani e internazionali, gli shop e le boutique di ricerca, i retailer online, hanno confermato la loro presenza a Pitti Uomo 103 nomi come:

10 Corso Como (Corea del Sud), **Abseits** (Germania), **Al Tayer Insignia - Harvey Nichols e Bloomingdale's** (Emirati Arabi Uniti), **Ali Bin Ali - Galeries Lafayette** (Qatar), **Alshaya - Harvey Nichols** (Kuwait), **Amicis** (Austria), **Andreas Murkudis** (Germania), **Antonioli** (Italia), **Apropos** (Germania), **Babochka** (Russia), **Barneys Japan** (Giappone), **Beaker** (Corea del Sud), **Bergdorf & Goodman** (Stati Uniti), **Beymen** (Turchia), **Biffi** (Italia), **Bloomingdale's** (Stati Uniti), **Braun** (Germania), **Brown Thomas** (Irlanda), **Browns** (Regno Unito), **Bungalow** (Germania), **Code 7** (Russia), **Coin** (Italia), **Contraband** (Canada), **Corner** (Spagna), **Dantendorfer** (Austria), **Deece Style** (Svizzera), **Dell'Oglio** (Italia), **Departamento** (Stati Uniti), **DFS - La Samaritaine** (Francia), **El Corte Inglés** (Spagna), **End Clothing** (Regno Unito), **Engelhorn** (Germania), **Felloni** (Italia), **Ferrante Eraldo** (Italia), **Folli Follie** (Italia), **Galeries Lafayette** (Emirati Arabi Uniti), **Galeries Lafayette** (Francia), **Gerardo** (Spagna), **Giulio** (Regno Unito), **GR8** (Giappone), **Grey Flannel** (Regno Unito), **H.Lorenzo** (Stati Uniti), **Hankyu Hanshin** (Giappone), **Harry Rosen** (Canada), **Harvey Nichols** (Regno Unito), **Harvey Nichols** (Hong Kong), **Harvey Nichols** (Qatar), **Highsnobiety** (Germania), **Hirmer** (Germania), **Holt Renfrew** (Canada), **Homme+** (Spagna), **Illum** (Danimarca), **Isetan Mitsukoshi** (Giappone), **Jelmoli** (Svizzera), **Julian Fashion** (Italia), **Kadewe** (Germania), **Kardinal Luks** (Ucraina), **KM20** (Russia), **La Maison Degand** (Belgio), **La Maison Simons** (Canada), **Le Bon Marché** (Francia), **Level** (Emirati Arabi Uniti), **LF Corp** (Corea del Sud), **LN-CC** (Regno Unito), **Lodenfrey** (Germania), **Luisaviaroma** (Italia), **Machine A** (Regno Unito), **Marubeni** (Giappone), **Matches** (Regno Unito), **Michele Inzerillo** (Italia), **My Theresa** (Germania), **Next Door** (Francia), **Nino Alvarez** (Spagna), **NK Herrekipering** (Svezia), **Nordstrom** (Stati Uniti), **Norse** (Danimarca), **Nugnes** (Italia), **One Block Down** (Italia), **Peek & Cloppenburg** (Germania), **Peggs & Sons** (Regno Unito), **Printemps** (Francia), **Rinascenza** (Italia), **Robert Old** (Regno Unito), **Rosa & Teixeira** (Portogallo), **Rubaiyat** (Arabia Saudita), **Saks Fifth Avenue** (Stati Uniti), **Selfridges** (Regno Unito), **Shinsegae** (Corea del Sud), **Ships** (Giappone), **Silver Deer** (Messico), **Smets** (Lussemburgo), **SNS** (Svezia), **Ssense** (Canada), **Stijl** (Belgio), **Strolz** (Austria), **Sugar** (Italia), **Takashimaya** (Giappone), **Tessabit** (Italia), **The Business** (Regno Unito), **The Store X** (Germania), **Tom Greyhound** (Corea del Sud), **Tom Greyhound Paris** (Francia), **Très Bien** (Svezia), **Trends** (Taiwan), **Troelstrup** (Danimarca), **Trunk** (Regno Unito), **Tsum-Mercury** (Russia), **United Arrows** (Giappone), **Voo store** (Germania), **Wako** (Giappone), **Wood Wood** (Danimarca), **Workout** (Corea del Sud), **Wrong Weather** (Portogallo).

PITTIWAY: il nuovo tema dei saloni invernali di Pitti Immagine

Ripartire è il desiderio di tutti, ma decidere la direzione, orientarsi, fare delle scelte non è semplice. Indicazioni, stimoli, sollecitazioni ed esigenze non sempre convergono, e il procedere non può essere lineare. PITTIWAY, tema dei prossimi saloni invernali di Pitti Immagine, è il risultato del lavoro congiunto di creativi e artisti, coordinati dal creative director Angelo Figus. PITTIWAY interpreta il mood e le aspirazioni di oggi, trasformandoli nel filo conduttore delle campagne pubblicitarie e degli allestimenti in Fortezza da Basso. Un risultato cromatico e dinamico, pop e street insieme, che nella campagna ideata per Pitti Uomo 103 si condensa nel video firmato dal regista Leonardo Corallini e interpretato dal danzatore Giampaolo Gobbi. "PITTIWAY sottolinea le tante scelte che siamo portati a valutare per uscire dal complicato ingorgo globale", dice **Agostino Poletto, direttore generale di Pitti Immagine**. "In questo momento non facile, ma anche creativo, innovativo, diverso, i saloni Pitti Immagine saranno una bussola per definire nuove direzioni, ipotizzare percorsi, considerare delle scelte per poi ripartire. In Fortezza ci saranno linee, frecce, curve, inversioni su cui surfare per andare veloci. Una segnaletica a volte contraddittoria che dimostra un'inesauribile energia: la stessa che porta verso nuove direzioni, ancora tutte possibili, del futuro".

(vedi comunicato allegato)

I BRAND PROTAGONISTI

**789 brand in totale
di questi 311 provengono dall'estero (40% del totale)**

Tutti i brand che partecipano a Pitti Uomo 103 alla Fortezza da Basso sono anche presenti nella piattaforma digitale Pitti Connect.



IL PERCORSO DI PITTI UOMO

Novità importanti disegnano un nuovo e sfaccettato percorso espositivo all'interno della Fortezza da Basso. Si amplia il numero delle sezioni ma soprattutto lo sguardo si allarga a nuove categorie merceologiche scelte sulla base di precise tendenze di mercato.

Torna la sezione *I Go Out* che si aggiunge a *Fantastic Classic*, *Futuro Maschile*, *Dynamic Attitude*, *Superstyling* e al progetto speciale *S/Style*. E si aggiungono due nuove aree speciali dedicate al design e al mondo dei pets.

Novità: torna I GO OUT

La passione per gli spazi aperti e gli sport legati alla natura incontra la ricerca stilistica più avanzata, confluendo in una nuova prospettiva di lifestyle. A Pitti Uomo torna *I GO OUT*, la sezione del salone che interpreta il trend contemporaneo dell'outdoor style, rivolgendosi ai migliori concept store e agli e-shop più esigenti. La Sala della Ronda torna ad ospitare questa specifica sezione, con la sua proposta trasversale di brand internazionali di abbigliamento, accessori e oggetti per la vita all'aperto, capaci di dialogare con il contesto metropolitano e la moda di ricerca. Prodotti innovativi che uniscono stile e performance, funzionalità e ambizione progettuale, ma anche oggetti che fondono filosofia environmentally friendly e una creatività che guarda al viaggio e alla fotografia.

I marchi protagonisti sono:

Alba Optics, Blæst, Càpe Concept, Cotopaxi, Coxmoore, Holden, Kappy Design, Keen, Keen X Hiking Patrol, Nigel Cabourn X Holubar, Ræburn, Rolf Ekroth, Scandinavian Edition, Streim, Subu, Teva, True Tribe, Venturon, Vibram X Holubar, White Space, Yarmouth Oilskins, Yogi.

Nuovi progetti espositivi al lancio in Fortezza:

the SIGN

A Pitti Uomo le nuove frontiere del design lifestyle

Pitti Uomo si apre al mondo del design e lancia, in collaborazione con l'agenzia di comunicazione Ghost Studio, **the SIGN**: alla **Sala delle Nazioni**, un'area speciale dedicata al design, all'home decor, agli oggetti e ai complementi d'arredo e di stile pensata come un'estensione necessaria del salone. Undici eccellenze creative ad alto tasso di originalità e creatività, un'estetica funzionale e sostenibile, un caleidoscopio di possibilità per l'abitare fatto di piccoli mobili e illuminazione, ma anche accessori e oggetti insoliti. Dallo stile iperfunzionale al decoro per il decoro, dal divertissement che provoca al lusso artigianale, **the SIGN** è il segno che definisce il progetto domestico e il luogo del lavoro, un'immersione nel lifestyle contemporaneo che va ad arricchire l'esperienza di Pitti Uomo.

Ecco i protagonisti:

Bidone Design, HolyPOP, Iammi, Insulti Luminosi, Robirenze, Sekkei Sustainable Design, Situér Milano, Slide, Studio Bojola, The House of Lyria, True.

(vedi comunicato allegato)

PITTIPETS

Il lato fashion del mondo dei pets

Pitti Uomo per la prima volta dedica uno spazio esclusivo agli accessori e al lifestyle pensati per gli animali che ci sono più vicini. Alla **Polveriera** va in scena un'area speciale dedicata al mondo che ruota attorno ai cani e ai gatti, espressamente disegnata da Ilaria Marelli, architetto e designer che ha firmato importanti allestimenti per brand lifestyle internazionali. Un nuovo progetto espositivo che accende i riflettori su una selezione di 15 brand che con le loro creazioni – abbigliamento, accessori, prodotti per la cura degli animali, oggetti e arredi per la casa – stanno rivoluzionando il mondo dei pets. Una novità con la quale Pitti Uomo vuole intercettare un segmento di mercato in grande crescita, e raccontare a buyer e stampa quanto possono essere fashion guinzagli e cucce.

Ecco i nomi di PITTIPETS:

2.8 Duepuntootto, Baurdelle, Emma Firenze, Frida Firenze, Genuina Pet Food, Lollipop, Manto, Mjodog, Omniagioia, Paikka, Paola Navone per 2.8 Duepuntootto, Pelo Foundation, Poldo Dog Couture, The Painter's Wife, United Pets.

(vedi comunicato allegato)

VINTAGE HUB

Altra novità di questa edizione è **Vintage Hub** in scena negli spazi del **Lyceum**: un'accurata selezione degli archivi vintage, un'occasione di ricerca per gli uffici stile, ma anche di ispirazione per stampa e buyer. Una serie di capi iconici che attraversano il tempo e le mode. Ecco gli operatori vintage protagonisti:

A.N.G.E.L.O., Agenda Vintage, Aloe & Wolf Vintage, Donkey Swing, Giratempo Vintage Firenze, Plus



Venturino Archivi, Shabby Chic Vintage, Street Doing Vintage Couture Firenze, Velvet For Philosophers.

Il percorso tra le sezioni e le diverse anime del menswear

FANTASTIC CLASSIC

L'evoluzione del classico nelle sue versioni più innovative e contemporanee. Al **Piano Terra e Inferiore del Padiglione Centrale e al Rondino**, una selezione di brand autorevoli che, partendo dai codici del classico maschile, ricercano dettagli e accostamenti inediti, sperimentando un continuo aggiornamento di temi senza tempo. Dai capispalla tecnici ai pantaloni sartoriali, dagli accessori distintivi al luxury knitwear, collezioni per guardare oltre la tradizione pur continuando a desiderare un guardaroba ineccepibile.

Tra i brand di FANTASTIC CLASSIC ci sono:

Altea, AT.P.CO, Baobab, Begg x Co, Briglia 1949, Brookfield, Brunello Cucinelli, Crockett & Jones, Cruciani, Cruna, Devore Incipit, Doriani Cashmere, Doucal's, Edward Green, F. Hammann, Fedeli, Gloverall, Gms75, Gran Sasso, Grenfell, Hand Picked, Herno, Herno Laminar, Hettabretz, IC Irish Crone, Incotex Blue Division, Inis Meáin Ireland, Jeckerson, Kired, L'Impermeabile, Loake, Luigi Borrelli Napoli, Maison Boinet, Manuel Ritz, Marco Castelli, Marco Pescarolo Napoli, Nobis, Paoloni, Pasotti, Paul & Shark, People Of Shibuya, Piacenza Cashmere 1733, Piquadro, Regenesi, Richard J. Brown Italian Luxury Denim, Roy Robson, Roy Roger's, Sand Menswear, Sera Fine Silk, Seraphin, Sonrisa Camiceria Uomo, Spektre Eyewear, Stefano Ricci, Stetson, Tateossian London, Tattras, Tbd Eyewear, Tmb, Windsor, Xacus.

FUTURO MASCHILE

Futuro Maschile, da sempre tra le sezioni più seguite di Pitti Uomo, presenta al **Piano Attico del Padiglione Centrale** il suo viaggio attraverso gli stili del contemporary menswear più evoluto. Da un'eleganza che guarda oltre il formale a una proposta crossover riservata al lifestyle dell'uomo di oggi. Futuro Maschile si rinnova a ogni edizione, per raccontare l'attitudine disinvolta di un menswear consapevole e declinato al mix & match tra classico e sportswear.

Tra i brand di FUTURO MASCHILE:

Acqua Delle Langhe, Ant45, Arma, Avant Toi, Baziszt, Bonastre, Buttero, Buttertea, Cellardoor, De Bonne Facture, D-Vec, East Harbour Surplus, Faliero Sarti, Felisi, Gavazzeni, Graylab, Hannes Roether, Hansen Garments, Heschung, Hestra, Ikiji, Jacques Solovière Paris, Johnstons Of Elgin, Knitbrary, Lodenfrey, Ma' Ry' Ya, Manikomio Dsgn, Mario Portolano, Mate, Max Rohr, Mey Story, Mirko Buffini Firenze, Nine: Inthe: Morning, Orbium, Pantofola D'oro 1886, Paraboot, Pence 1979, Pierre-Louis Mascia, Photogenics LA, Roberto Collina, Ron Dorff, Salvatore Santoro, Scaglione, Superduper, Tela Genova, The Cambridge Satchel Company, Theodore Herald, Timothée Paris, Transit, Tricker's, Valstar, Yves Salomon.

DYNAMIC ATTITUDE

La passione per uno stile di vita dinamico è il punto di partenza per chi indossa le collezioni presentate da Dynamic Attitude. Qui si muovono brand simbolici, capaci di fondere nelle proprie collezioni capi assolutamente contemporanei tra sport e streetwear. Libertà e comfort diventano diktat quotidiani ma si declinano in un design elegante, contaminato dal vintage, ma anche innovativo ed energico, con un'anima tecnologica.

Tra i brand di DYNAMIC ATTITUDE:

After Label, Alphatauri, American College, American Vintage, Antony Morato, Bikkembergs, B.L.A.H, Blundstone, Brandblack, Brekka, Canadian, Cape Horn, Ciesse Piumini, Cycle, Daniele Fiesoli, Duno, Dynamo The Good Company, East Pacific Trade, Ecoalf, Fat Moose, Fila, Filson, Gaston Luga, Hoff, Holubar, Denham X Holubar, Iguazu Swimwear, Invicta, Juicy Couture, Kangaroos, Karl Kani, Knt Kiton New Textures, Ko Samui Tailors, Komono, Krakatau, Lion Of Porches, Liu Jo Men's Collection, Lotto, Maxibillion, MC2 Saint Barth, Melissa, Mimanera, Mou, Mwm Mod Wave Movement, New Lab, Prince, Rodd & Gunn New Zealand, Rossignol, Saint James, Save The Duck, Shoe, Spiewak, Southpole, Sun68, Swims, Ucon Acrobatics, Unity, Urban Ring, Voile Blanche, We Norwegians, Wushu Ruyi, Zèta.

SUPERSTYLING

La ricerca di nuovi canoni stilistici che anticipano le tendenze. Scelte estetiche fuori dai soliti schemi, supportate da abilità sartoriale e da una visione in costante trasformazione, capace di intercettare nuove identità e dare risposte alle molteplici esigenze espressive di oggi. All'**Arsenale** e alla **Sala delle Nazioni** - nuova location per la sezione, una selezione di brand internazionali ad alto tasso creativo, che fanno ricerca stilistica e



studio dei materiali, che diventano ancor più riconoscibili nei tagli agender e nelle proposte che attraversano le stagioni.

Tra i brand di SUPERSTYLING ci sono:

Aymara, Barbed, Bask In The Sun, BLK DNM, Boy London, By The Oak, C.O.F Studio, Captain Santors, Chez Nous, Epice Paris, Flower Mountain, Gallia Knit Project, Gitman Bros. Est 1978, Goldwin, Gunther, Harris Wharf London, Honor The Gift, Hunq, Itoh, John Smedley, Kado-Press, Kanpekina, La Paz, Maison Labiche, Manifattura Ceccarelli, Mnc Atelier, Moismont, Moonstar, Nanamica, Noyoco, Numero Uno, Oao Footwear, Objectx, Olow, Only The Blind, Original Madras Trading Co., Outland, Peppino Peppino Denim, Regal, Rifò, Samuel Zelig, Sanders, Souq, The Chino Revived, The Shoe Of Life By H.Katsukawa, Vintage & Republic, Wollow, Wundercamera Wardrobe.

SISTYLE

Sesta edizione per **S/Style**, il progetto espositivo di Fondazione Pitti Discovery curato dalla fashion journalist Giorgia Cantarini. Al **Primo Piano dell'Arsenale**, uno spazio speciale riunisce le collezioni più interessanti - che mettono insieme ricerca e tematiche ambientali - di una selezione delle realtà giovani e dei designer più cool che creano e producono seguendo criteri di eco-responsabilità, frutto di uno scouting globale.

I brand confermati sono: Dhruv Kapoor, Isnurh, Junk, Kemkes, Margn, Maxime, Non Confunditur, Permu, Piumestudio e Waste Yarn Project.

(vedi comunicato allegato)

I Guest di Pitti Uomo 103

Guest Designer è MARTINE ROSE

La stilista di origini anglo-giamaicane presenterà in anteprima a Firenze la collezione Autunno-Inverno 2023-24 della sua omonima label, attraverso un evento speciale – **giovedì 12 gennaio, alle ore 19.00 alla Loggia del Porcellino** – in uno spazio ancora da svelare. *"Sono molto onorata di partecipare al prossimo Pitti Uomo di gennaio. Pitti è da sempre in prima linea nel celebrare il miglior menswear, e molti dei designer che stimo di più ne sono stati parte. Assieme al mio team siamo entusiasti di venire a Firenze, una città che amo, per presentare la nostra nuova collezione!"* **Martine Rose**

(vedi comunicato specifico)

JAN-JAN VAN ESSCHE è il Designer Project

Lo stilista belga porterà a Firenze il suo concetto di moda fluida ed essenziale nel corso di un evento unico nel suo genere, in programma **mercoledì 11 gennaio, alle ore 17.00 nel Refettorio del Complesso di Santa Maria Novella**.

"Sarà la prima sfilata in assoluto del mio brand, un evento speciale in ogni caso, e poterlo organizzare nell'atmosfera unica di una città come Firenze lo rende ancora più speciale, qualcosa che avrei potuto solo sognare." **Jan-Jan Van Essche**

(vedi comunicato specifico)

E ancora tra gli Special Projects di questa edizione:

PIERRE-LOUIS MASCIA presenta PHILOCALIE a Palazzo Antinori

Oltre a partecipare in Fortezza da Basso, **mercoledì 11 gennaio - dalle ore 18.00 alle 20.00 nella cornice di Palazzo Antinori** - Pierre-Louis Mascia presenta l'evento speciale PHILOCALIE, un'antologia che racchiude natura, cultura, arte e moda e che trova espressione sui tessuti realizzati da Achille Pinto, che proprio nel 2023 celebrerà i quindici anni di partnership con il brand. Durante l'evento – in cui verrà presentata la collezione Autunno Inverno 2023/24 – gli ospiti avranno la possibilità di assistere a un'installazione esperienziale all'interno di un luogo straordinario come Palazzo Antinori.

PALAZZO FINLANDESE presenta il brand VAIN a Palazzo Pucci

A Pitti Uomo 103 torna la serie di eventi firmati PALAZZO FINLANDESE, lanciata da Juni Communications e SSAW Magazine. **Mercoledì 11 gennaio, dalle ore 21.00 a Palazzo Pucci**, la speciale presentazione della collezione AW23 di VAIN, il design project interdisciplinare fondato nel 2019 a Helsinki dall'artista e creative director Jimi Vain, che rappresenta appieno cosa significa essere creativi nell'era digitale: coniugando qualità dei materiali, un'estetica gotica ispirata alla cultura rap, metal e nu metal e silhouette decise, la collezione AW23 è un'ode alla Finlandia rurale dei primi anni 2000 che Jimi Vain ha vissuto.



Il mondo di CHATEAU ORLANDO alla Sala delle Nazioni

Chateau Orlando, brand di abbigliamento, accessori, home decor e lifestyle nato dall'idea creativa dell'artista e designer inglese Luke Edward Hall, presenta per la prima volta a Pitti Uomo il suo mondo eclettico con una speciale installazione alla Sala delle Nazioni, svelando la sua ispirazione romantica, irriverente e un'estetica fatta di contrasti cromatici e motivi geometrici. Un luogo magico a metà tra l'incanto letterario e il realismo, un mix eclettico di arte classica e contemporanea, antiche ville e giardini rigogliosi, musica, abiti vintage, folklore e mitologia, fiori, libri e viaggi. **Mercoledì 11 gennaio, alle ore 12.00 alla Sala delle Nazioni, anche una speciale conversazione con il fondatore Luke Edward Hall.**

HIGHLIGHTS @ Pitti Uomo 103

La Fortezza da Basso e Firenze diventano piattaforma di lancio per anteprime, progetti, importanti anniversari e collaborazioni speciali. Ecco una serie di anteprime e partecipazioni speciali in scena a gennaio:

_ BIKKEMBERGS

La preview dei nuovi concept store, nuove licenze e nuovi partner

Bikkembergs torna a Pitti Uomo all'interno della Sala della Volta, che per l'occasione sarà allestita come il nuovo concept store ideato per le prossime aperture monobrand: un mix materico che gioca su superfici metalliche, laccature bianche, il logo della maison e un tocco di blue sportivo. Il brand presenterà tutte le nuove collezioni FW23 e alcune delle nuove licenze già entrate a far parte del mondo Bikkembergs come, per esempio, Calzaturificio Rodolfo Zengarini e Principe. Verranno inoltre svelate le collezioni FW23 di un nuovo partner.

_ ECOALF

Le novità della collezione FW23 e un photocall in Fortezza

A Pitti Uomo 103, Ecoalf presenta la collezione FW23 composta al 60% tessuti monomateriale, una caratteristica che consentirà agli abiti che la compongono di essere facilmente riciclati, senza finire in discarica. Tra questi, gli iconici cappotti in poliestere 100% riciclato e i capi della linea premium Ecoalf 1.0 che impiega lana merino ricavata al 100% dall'antica pratica della transumanza. Nel suo spazio in Fortezza il brand lancerà anche la photocall "Because There is no Planet B", con l'obiettivo di ispirare il cambiamento e aumentare la consapevolezza sulla necessità di proteggere il nostro pianeta.

_ HOLUBAR

Celebra i 75 anni del marchio con 3 progetti speciali

- **Nigel Cabourn X Holubar.** Il Guru dell'heritage Nigel Cabourn si è affiancato ad Holubar in un progetto assolutamente innovativo che presenterà lui stesso all'interno della sezione I GO OUT: la Orange Label, sviluppata assieme al team Holubar è una reinterpretazione non tradizionale dei capi icona del brand, e rappresenta la punta di diamante della collezione, sia per uso di silhouette non convenzionali sia per uso di materiali ricercatissimi, riservata a un numero limitato di retailer mondiali;

- **Denham X Holubar.** Jason Denham ed il suo team hanno realizzato un progetto che si posiziona all'intersezione tra fashion e function, una mini collezione che combina il know how Holubar nel capospalla e quello di Denham The Jeanmaker nel pantalone e jersey, per un look unico che richiama subito l'outdoor ma in maniera non convenzionale;

- **Vibram X Holubar.** Vibram e Holubar - già partner in Nord America negli anni Cinquanta - hanno sviluppato una calzatura tecnica basata sull'archivio di entrambi i marchi. Il risultato è uno stivaletto componibile dal look futuristico e dalla praticità incredibile, anche questo per pochi selezionati retailer worldwide.

_ PIQUADRO

Lancia la collezione di capispalla

Piquadro presenta in anteprima a Pitti Uomo la collezione di capispalla, prodotti "slasher" funzionali, tecnici e confortevoli, creati dall'Art Director Israeliano Yossi Cohen.

_ SUPERDUPER feat. Lorenzo Jova

Dopo il successo della speciale collaborazione lanciata in estate in concomitanza con il Jova Beach Party, in occasione di Pitti Uomo SUPERDUPER presenta l'ultimo scambio creativo con Lorenzo Jovanotti: una vera e propria collezione dove il cappello è caledoscopicamente declinato in tutte le sue forme e sfumature, un percorso creativo a sei mani nato da una visione condivisa e da una stima reciproca. Al salone, in anteprima assoluta, anche la presentazione della collab con Sebago in edizione speciale.



_ JECKERSON

From Heritage to Future

Jeckerson, il 5 tasche iconico, che ha saputo evolversi catturando le esigenze del presente, ritorna a Pitti con la collezione A-I 24 presentata nello Spazio Jeckerson. La nuova attitudine del brand, sarà rivelata attraverso un contemporaneo linguaggio architettonico, fotografico ed estetico. Italian-Craft, ricerca di forme, volumi, tessuti e lavaggi evidenziati da una raffinata palette di colori per un nuovo concetto di eleganza rilassata. Il futuro di Jeckerson inizia da Pitti.

_ WP. LAVORI in corso presenta Filson, Blundstone e Spiewak

A Pitti Uomo 103, il gruppo internazionale WP. Lavori in corso propone un viaggio nella tradizione presentando la collezione FW23 dello storico marchio americano Filson, simbolo di abbigliamento outdoor durevole e funzionale, assieme alle novità del brand di calzature Blundstone, e quelle di un altro iconico marchio americano d'ispirazione workwear come Spiewak. Assieme alle novità di questi brand anche una speciale installazione dedicata all'Archivio, in scena alla Sala Ottagonale, che racconta 40 anni di moda di WP. Lavori in Corso.

_ MAC JEANS per la prima volta a Pitti Uomo

Il brand "designed in Germany, loved worldwide" MAC JEANS porta a Pitti Uomo 103 i suoi 50 anni di qualità, fit impeccabili, stile e uso responsabile delle risorse. Nominata tra le finaliste del premio europeo German Sustainability Award, l'azienda continua a presentare prodotti innovativi, sperimentando con nuove materie prime che possano ridurre il dispendio di risorse. Realtà leader nel campo dei pantaloni, il cuore pulsante di MAC è il denim.

_ CIESSE PIUMINI

L'evoluzione del mondo Ciesse Piumini: capi iconici dal carattere contemporaneo

Ciesse Piumini torna a Pitti, ripartendo dalle sue origini e dai suoi capi iconici per raccontarsi. Performance, tecnologia, avventura, sfida e scoperta saranno protagonisti attraverso una proposta dal carattere sempre contemporaneo. La collezione trae ispirazione dalla natura, attraverso tessuti e colori che richiamano le sfumature della terra, adattandosi perfettamente alle avventure urbane.

_ WINDSOR.

La nuova collezione ispirata a Berlino e la speciale capsule in cashmere riciclato

Il premium brand svizzero Windsor., che con una storia lunga 130 anni propone una sofisticata simbiosi di design contemporaneo senza tempo, fit perfetto e tessuti eccezionali, partecipa a Pitti Uomo per presentare la nuova collezione FW23 - ispirata all'atmosfera unica e allo spirito ribelle e creativo di Berlino, "la più cool di tutte le città del mondo" – e la nuova collaborazione **Windsor. x Black Noir**, speciale capsule di maglieria in cashmere riciclato all'insegna dell'upcycling e di un futuro più sostenibile.

_ ROLF EKROTH FW23 CUT BY FISKARS

Per la collezione FW23, il brand di moda indipendente finlandese Rolf Ekroth si ispira agli attrezzi e agli strumenti degli spedizionieri artici del XX secolo e al film documentario di James Balog "Chasing Ice". Per questa collezione, Ekroth ha collaborato con uno dei marchi finlandesi leader del lifestyle, Fiskars, e a Pitti Uomo, Fiskars & Rolf Ekroth lanceranno una serie di capi dedicati con le forbici pieghevoli Fiskars Classic. Evento di presentazione, giovedì 12 gennaio, dalle ore 14 alle ore 16 nella sezione I GO OUT alla Sala della Ronda.

_ RODD & GUNN NEW ZEALAND

Il premium brand made in Nuova Zelanda torna a Firenze per presentare la nuova collezione e il suo mondo con una speciale presentazione: un'esperienza totalmente incentrata sulla lana, in collaborazione con Woolmark, che proietterà il pubblico negli allevamenti d'alta montagna della Nuova Zelanda.

Da segnalare gli importanti rientri a Pitti Uomo 103

La vocazione internazionale di Pitti Uomo è testimoniata dalla partecipazione a questa edizione - come rientri al salone - di marchi di riferimento del menswear e della scena fashion come:

Altea, Begg x Co, BLK DNM, Croots England, Gloverall, Edward Green, Heschung, Hestra, Hettabretz, Inis Meáin, Jacques Solovière Paris, Mey Story, MNC Atelier, Moonstar, Quartz Co., Rossignol, Tricker's, WANT Les Essentiels, Yves Salomon.



LE COLLABORAZIONI INTERNAZIONALI ALLA FORTEZZA DA BASSO

Il capitolo delle collaborazioni internazionali, a questa edizione, vede la conferma di Scandinavian Manifesto e due nuovi progetti sulla creatività che viene dal Giappone.

_ SCANDINAVIAN MANIFESTO

La scena della moda nordica più innovativa trova spazio a Pitti Uomo nel progetto espositivo **Scandinavian Manifesto**, una delle principali e più consolidate collaborazioni internazionali di Pitti Immagine. Anche a questa edizione, una selezione di collezioni firmate da brand di riferimento e fashion designer emergenti provenienti da **Danimarca, Islanda, Svezia e Norvegia**, rinnova la partnership tra **Pitti Uomo e Revolver Copenhagen**, piattaforma fieristica di riferimento per i brand moda scandinavi.

Alle Costruzioni Lorenesi, tra i brand confermati ci sono **Adnym, Another Aspect, Berner Kühl, Rue De Tokyo, Han Kjøbenhavn, Jan Machenhauer, Kormákur & Skjöldur, Les Deux, Norse Projects, Revolution**. Inoltre questa edizione ospita l'anteprima assoluta della collezione **Atlas Works and Days**, il nuovo brand lanciato dal designer Raphael Godfrey, che a partire da capi d'archivio d'ispirazione workwear e nautica propone creazioni realizzate con materiali e lavorazioni innovativi.

La sinergia tra Pitti Immagine Uomo e Revolver Copenhagen continua inoltre con una nuova edizione del progetto **The Italian Team**, che porterà una selezione di espositori di Pitti Uomo all'edizione invernale di Revolver dal 1 al 3 febbraio.

_ J[∞]QUALITY FACTORY BRAND PROJECT

A questo Pitti Uomo anche la partecipazione speciale di **J[∞]QUALITY FACTORY BRAND PROJECT**, il progetto che riunisce undici realtà manifatturiere giapponesi certificate J[∞]QUALITY, che per questa occasione hanno invitato **Yuya Nakata** del marchio **POSTELEGANT** come design director. In uno spazio a loro dedicato all'interno di Futuro Maschile, le eccellenze dell'artigianalità giapponese presenteranno una serie di capi che, per materiali, modelli e cuciture, sono pensati per andare oltre il tempo, le generazioni, le differenze di genere, ed essere amati per sempre. In collaborazione con J[∞]QUALITY, anche il progetto **New Chapter of Italia X Japan**, curato dal "fashion oracle" del gruppo United Arrows, **Hirofumi Kurino**. In scena una capsule disegnata dal designer italiano **Aldo Maria Camillo**, del brand Aldomariacamillo, realizzata da due manifatture giapponesi.

_ JLIA JAPAN LEATHER BOOTH

JLIA (Japan Leather and Leather Goods Industries Association), che dal 1986 si occupa di promuovere e sviluppare la pelletteria giapponese, presenta a Pitti Uomo "**JLIA Japan leather booth**": una speciale partecipazione che porta in Fortezza da Basso sei brand leader del settore pelle, che si contraddistinguono per l'alta qualità e il design delle collezioni. I brand protagonist saranno:

Kado-Press, Kanpekina, Numero Uno, OAO Footwear, Regal, The Shoe of Life by H.Katsukawa.

IN FORTEZZA IN COLLABORAZIONE CON PITTI IMMAGINE:

_ HISTORES a Pitti Uomo 103

L'associazione che raggruppa circa 45 store multibrand si affaccia ora in Europa, grazie all'ingresso di Braun Hamburg che ha scelto di unirsi a Histores vista la comune passione verso il bello e il prodotto di alta qualità, e la voglia di confrontarsi e fare rete. Histores torna a Firenze alla Fortezza da Basso con uno spazio dedicato alle capsule collection in esclusiva con Valstar, Kired, Fedeli e Red.

Hindustrie, private label dell'associazione, arricchisce la sua proposta iniziale basata sulla maglieria con un nuovo focus sul cashmere, e spazia con pantaloni e accessori, ampliando ulteriormente il guardaroba dell'uomo Histores. Nei giorni di Pitti si svolgeranno anche gli stati generali dell'associazione, oltre a uno speciale cocktail-evento promosso da Red Socks.

_ La collaborazione con THE BEST SHOPS - CAMERA BUYER ITALIA

A questa edizione di Pitti Uomo prosegue anche la consolidata collaborazione di Pitti Immagine con **Camera Buyer Italia**, l'associazione che riunisce e rappresenta i migliori luxury multi-brands stores sul territorio italiano, per offrire agli associati una serie di servizi di welcome alla Fortezza da Basso durante la loro visita al salone.



_ Il pop up restaurant di FILIPPO

FILIPPO, realtà enogastronomica riconosciuta in Versilia (e non solo) per la qualità dell'accoglienza e la prelibatezza del cibo, arriva in Fortezza con un pop up restaurant al Piano Attico del Padiglione Centrale. Aperto dalle 9.00 alle 18.00, FILIPPO porta a Pitti una proposta completa, in grado di riproporre in ogni aspetto l'esperienza dei suoi ristoranti e l'approccio artigianale che lo contraddistingue in cucina. In aggiunta anche uno speciale *servizio delivery* dedicato a tutti gli espositori del Padiglione Centrale.

Sempre in Fortezza nel calendario di Pitti Uomo:

_ SUST-PASSWORDS

Ecodesign e rigenerazione: il nuovo linguaggio della moda

Martedì 10 gennaio, alle ore 15.00 all'UniCredit Theatre (Sala della Scherma), il primo appuntamento col nuovo format di incontri dedicati ai temi della sostenibilità, organizzati da Pitti Immagine e a cura di Solomodasostenibile di Silvia Gambi.

Al primo Talk partecipano: Giorgia Cantarini (giornalista e curatrice della sezione S|Style di Pitti Uomo), Luca Kemkes (Founder Kemkes), Matteo Minchio (CEO Junk), Elia Maffucci (Direttore commerciale Pintorie), modera Silvia Gambi.

_ IL RUOLO DEI MAESTRI

A cura de LE MANI DI NAPOLI e ARBITER

Mercoledì 11 gennaio, alle ore 11.30 presso la lounge *Arbiter* alle Costruzioni Lorenesi, **Le Mani di Napoli** - la prima associazione che riunisce maestri artigiani di eccellenza della filiera moda di qualità "made in Naples", famosa in tutto il mondo - esporrà il suo programma a pubblico e stampa, un'occasione per parlare del gusto Napoletano e in generale del ruolo dell'artigiano.

_ L'ARTE DELL'ELEGANZA di Aldo Invitti di Conca

Guida allo stile sartoriale maschile con test per mettersi alla prova.

Mercoledì 11 gennaio alle 14, l'UniCredit Theatre ospita il libro edito da Hoepli con due prefazioni - di Giulia Crivelli (fashion editor de Il Sole24Ore) e Costantino della Gherardesca (presentatore TV) - è una guida alla costruzione dello stile impostata con criteri inediti e anche divertenti: dalla descrizione di cinque tipologie maschili, attuali e calzanti, si arriva al grande test di cultura sartoriale, composto da (esattamente) mille domande sull'abbigliamento dell'uomo: cultura tessile e dettagli sartoriali, cifre stilistiche e galateo del vestire. Naturalmente sono riportate le risposte esatte.

PITTI CONNECT

In parallelo al salone fisico, Pitti Immagine torna a presentare un ricco programma di progetti speciali, format esclusivi ed eventi online su **The Billboard**, per continuare a valorizzare sulla piattaforma globale Pitti Connect le proposte e le iniziative degli espositori. Su uomo.pittimmagine.com

ECOALF e A.T.P.CO vestono i Pitti Boys & Girls

Pitti Immagine ringrazia ECOALF e A.T.P.CO per il contributo nel vestire i Pitti Boys & Girls a questa edizione dei saloni.

Main Partner:

