



PITTI IMMAGINE UOMO

PITTI UOMO 104
Firenze, Fortezza da Basso
13-16 giugno 2023

Riflettori puntati su Firenze, per una quattro giorni di moda e lifestyle che richiamerà i protagonisti della scena fashion internazionale

**825 brand, di cui il 41% esteri,
pronti a presentare le nuove collezioni estive**

L'evento straordinario di Fendi in scena alla Factory

**Il Guest designer è Eli Russell Linnetz
che firma anche un'installazione speciale in Fortezza**

**E poi, debutti, presentazioni ed eventi
con focus speciali su sostenibilità e outdoor lifestyle**

PITTI GAMES è il tema di questa edizione!

L'edizione estiva di Pitti Uomo, la numero 104, si svolgerà a Firenze dal 13 al 16 giugno in una Fortezza da Basso caratterizzata dal segno del guest designer Eli Russell Linnetz, fondatore di ERL. "Kick off" della nuova stagione moda, crocevia di giovani talenti, vetrina irrinunciabile per i big brand e palcoscenico di eventi irripetibili, la manifestazione realizzata da Pitti Immagine concentrerà in quattro giorni una visione ragionata di quello che sta accadendo sulle principali scene fashion internazionali: i designer più interessanti, i brand emergenti, i progetti speciali dei grandi marchi che – tra moda, espressione artistica e multimedialità – accendono i riflettori su Firenze.

Il format di questa edizione conferma alcune novità introdotte a gennaio e punta a un ampliamento e a una valorizzazione delle formule espositive. Il risultato è un percorso dinamico e fluido all'interno della Fortezza, mai scontato perché punteggiato con soluzioni inedite e proposte crossover, che fanno da specchio alle rinnovate esigenze del mercato.

«C'è voglia di rivedersi a Firenze. Ecco quello che abbiamo percepito nei mesi durante i quali abbiamo lavorato a questa nuova edizione di Pitti Uomo. In un anno sicuramente non facile per il settore che rappresentiamo, la nostra manifestazione ha sempre più appeal: viene scelta e premiata come palcoscenico imperdibile per farsi conoscere e per incontrare i propri clienti internazionali» **commenta Raffaello Napoleone, amministratore delegato di Pitti Immagine.**

II GOVERNO ITALIANO e AGENZIA ICE sostengono Pitti Uomo e le edizioni estive 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 estivi 2023 di Pitti Immagine, un contributo fondamentale per il programma di incoming dei migliori operatori esteri, di comunicazione e di eventi speciali. Inoltre, in Fortezza, Agenzia ICE presenta la settima 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.

UNICREDIT MAIN PARTNER di PITTI IMMAGINE

UniCredit, è Main Partner di Pitti Immagine e ne sostiene le iniziative, in linea con gli obiettivi primari del Gruppo bancario determinato a mantenere forte il radicamento sui territori e un rapporto a tutto campo con le comunità nelle quali opera, supportandole 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, lifestyle, economia, innovazione e sostenibilità. "Sostenibilità ed innovazione -



dichiara Annalisa Areni, Responsabile Client Strategies di UniCredit Italia - costituiscono due imprescindibili leve per il successo delle imprese italiane. UniCredit continuerà ad essere accanto alle aziende del nostro Paese, fornendo loro gli strumenti, il supporto e le conoscenze di cui hanno bisogno per progredire e migliorare il proprio profilo di sostenibilità. Proseguiremo, dunque, nella direzione intrapresa, consapevoli della necessità di dover agire su più fronti, facendo leva sull'expertise maturata in ambito ESG, sull'identificazione di soluzioni mirate quali Together4Energy e Together4Digital e, soprattutto, sostenendo attivamente iniziative speciali, come quelle organizzate da Pitti Immagine, con il focus su comparti di punta del Made in Italy. Realtà produttive che possono trovare in UniCredit un partner di rilievo, in grado di essere al loro fianco nei rispettivi percorsi di trasformazione. Un impegno che portiamo avanti con l'obiettivo di sprigionare il potenziale del tessuto produttivo del Paese, agevolando lo sviluppo dei territori".

I BUYER

Tra i buyer dei più importanti department store internazionali, gli shop e le boutique di ricerca, i retailer online, hanno già confermato la loro presenza (*lista in continuo aggiornamento*):

10 Corso Como (Corea del Sud), **Al Tayer Insignia - Harvey Nichols e Bloomingdale's** (Emirati Arabi Uniti), **Banmen Select** (Cina), **B1ock** (Cina), **Beaker** (Corea del Sud), **Beams** (Giappone), **Bergdorf & Goodman** (Stati Uniti), **Beymen** (Turchia), **Bloomingdale's** (Stati Uniti), **Browns** (Regno Unito), **Brown Thomas** (Regno Unito), **BSTN** (Germania), **Bungalow** (Germania), **Clap** (Cina), **CNTRBND** (Canada), **DFS - La Samaritaine** (Francia), **End Clothing** (Regno Unito), **Engelhorn** (Germania), **Galleries Lafayette** (Francia), **Giblees** (Stati Uniti), **Giulio** (Regno Unito), **H.Lorenzo** (Stati Uniti), **Hankyu Hashin** (Giappone), **Harvey Nichols** (Regno Unito), **Harvey Nichols** (Qatar), **Highsnobiety** (Germania), **Holt Renfrew** (Canada), **Htown** (Regno Unito), **Illum** (Danimarca), **In the Park** (Cina), **Isetan Mitsukoshi** (Giappone), **John Lewis** (Regno Unito), **Kadewe** (Germania), **La Maison Simons** (Canada), **Lane Crawford** (Hong Kong), **Le Gray** (Arabia Saudita), **Level Shoes** (Emirati Arabi Uniti), **Liberty** (Regno Unito), **Lodenfrey** (Germania), **Lukse** (Russia), **M Penner** (Stati Uniti), **Machine A** (Regno Unito), **Martinpatrick 3** (Stati Uniti), **MAF** (Emirati Arabi Uniti), **Matches** (Regno Unito), **Mini shop** (Spagna), **Moda 404** (Stati Uniti), **Monn** (Svizzera), **My Theresa** (Germania), **Neiman Marcus** (Stati Uniti), **Norse** (Danimarca), **Opener** (Corea del Sud), **Peek & Cloppenburg** (Germania), **Peggs & Sons** (Regno Unito), **Printemps** (Francia), **Printemps** (Qatar), **R130** (Cina), **Saks Fifth Avenue** (Stati Uniti), **Selfridges** (Regno Unito), **Sheet-1** (Portogallo), **Shinsegae** (Corea del Sud), **Ships** (Giappone), **Si Fashion** (Emirati Arabi Uniti), **Silver Deer** (Messico), **Skp** (Cina), **Smets** (Lussemburgo), **Soeren** (Germania), **Ssense** (Canada), **Takashimaya** (Giappone), **The Business** (Regno Unito), **The Webster** (Stati Uniti), **Trends** (Taiwan), **Très Bien** (Svezia), **Trunk Clothiers** (Regno Unito), **Tsum** (Russia), **United Arrows** (Giappone), **Voo store** (Germania), **Wako** (Giappone), **Wood Wood** (Danimarca), **XC273** (Cina), **YME** (Norvegia), **Zappa** (Spagna).

Eli Russell Linnetz - ERL

porta la sua creatività in Fortezza da Basso

Il designer californiano Eli Russell Linnetz - guest designer di questa edizione di Pitti Uomo - fondatore e anima della label ERL ma anche artista poliedrico, creativo e creatore di mondi, trasformerà il piazzale centrale della Fortezza da Basso in un set cinematografico, che cita espressamente un celebre cult hollywoodiano. Tra immaginazione e creazione, tra vero e verosimile, Eli costruisce storie in technicolor alle quali assistere come spettatori o partecipare come attori. E' il gioco del "facciamo che", del "make believe", del sogno, non solo americano, da credere intensamente.

PITTI GAMES: il nuovo tema dei saloni estivi di Pitti Immagine

Giocare, ecco la parola d'ordine. Perché il gioco è una dimensione ludica, sfidante ma soprattutto creativa, sinonimo di energia, impegno e di voglia di vincere. Tutti ingredienti che Pitti Immagine mette in pista attraverso la moda e il lifestyle, e che - grazie alla regia di Leonardo Corallini e al coordinamento del creative director Angelo Figus - si condensano nella nuova campagna adv.

"PITTI GAMES è un tema che si sposa molto bene con il clima di ottimismo con cui ci apprestiamo ad aprire i prossimi saloni", dice **Agostino Poletto, direttore generale di Pitti Immagine**. "Per questo ci siamo spinti a immaginare i saloni di Pitti come un grande tavolo da gioco sul quale divertirsi, ma anche puntare il tutto per tutto, scommettere su se stessi e sulla propria strategia, considerare l'avversario e i partner, uscire dalle sicurezze, tentare qualche azzardo, essere individualisti o fare gioco di squadra. Riflettere, spargliare, bluffare magari, mescolare, mischiare, mettere giù le carte. Insomma, il gioco ci offre moltissimi input, nella vita e nel nostro lavoro".

(vedi comunicato allegato)



I brand protagonisti

825 brand in totale*

di questi il 41% proviene dall'estero

Tutti i brand che partecipano a Pitti Uomo 104 alla Fortezza da Basso sono anche presenti nella piattaforma digitale Pitti Connect.

**numeri e brand aggiornati al 10 maggio*

Il percorso di Pitti Uomo

Gli spazi espositivi della Fortezza da Basso accolgono il mondo poliedrico e internazionale di Pitti Uomo. Cinque le sezioni - *Fantastic Classic, Futuro Maschile, Dynamic Attitude, Superstyling e I Go Out* – che presentano le collezioni Primavera/Estate 2024: dal classico all'informale, passando per il mondo della ricerca che verrà valorizzato all'interno della Sala delle Nazioni e dell'Arsenale.

Non solo menswear, ma anche lifestyle e – come si addice a un'edizione estiva – tutto l'outdoor più esclusivo, dal beachwear agli accessori per camping e walking. Confermata la presenza dell'area speciali dedicate ai pets, introdotta alla scorsa edizione con grande successo. E ancora, un nuovo allestimento per *I GO OUT* e per *S/STYLE*.

La novità in Fortezza:

Destinazione estate: un doppio allestimento per I GO OUT

I GO OUT, la sezione dedicata ai brand internazionali di abbigliamento, accessori e oggetti per la vita all'aperto, si presenta in Sala della Ronda con un nuovo allestimento curato da **Sebastiano Tosi** - designer svizzero capace di spaziare dall'interior design all'advertising - che impiegherà un materiale innovativo come i-Mesh, tessuto tecnico e sostenibile per l'architettura.

Ma non solo. I GO OUT interpreta il desiderio di un nuovo contatto con la natura, e a questa edizione vede anche la partecipazione speciale del brand giapponese Snow Peak con un'inedita estensione in uno spazio esterno in Fortezza da Basso: qui l'outdoor troverà nuove declinazioni, con una selezione accurata di outfit e accessori legati ai mondi della bicicletta, della camminata, del campeggio.

Il percorso tra le sezioni

FANTASTIC CLASSIC

L'evoluzione del classico nelle sue versioni più innovative e contemporanee. Al **Piano Terra e Inferiore del Padiglione Centrale, Salone M, Sala Alfa** 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, Brunello Cucinelli, Caruso, Crockett & Jones, Cruciani, Cruna, Doucal's, Fedeli, Giuseppe Zannotti, Gran Sasso, Edward Green, Hand Picked, Herno, Incotex Blue Division, Johnstons Of Elgin, Kired, L.B.M. 1911, Liverano & Liverano Atelier, Manuel Ritz, Paul & Shark, Piacenza Cashmere 1733, Piquadro, Roy Roger's, Sand Menswear, Stefano Ricci, Tateossian London, Tatras, 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. Un'eleganza che guarda oltre il formale - dai capispalla tecnici ai pantaloni sartoriali, dagli accessori distintivi al luxury knitwear - per una sezione che si rinnova a ogni edizione e che racconta l'attitudine disinvolta di un menswear consapevole, declinato al mix & match tra classico e sportswear.

Tra i brand di FUTURO MASCHILE:

04651/, Avant Toi, Baziszt, CAHU Paris, Castaner, Cellardoor, East Harbour Surplus, Faliero Sarti, Felisi, J ∞QUALITY, Jacques Solovière Paris, John Smedley, Ma' Ry' Ya, Paraboot, Pence 1979, Pierre Louis Mascia, Rains, Roberto Collina, Ron Dorff, Salvatore Santoro, Sunspel, Superduper, Tela Genova, Tricker's.



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, American Vintage, Antony Morato, Baracuta, Bikkembergs, Brandblack, Ciesse Piumini, Cycle, Ecoalf, Filson, Juicy Couture, KNT Kiton New Textures, Mc2 Saint Barth, Sun68, Teva Original, Vibram, Voile Blanche, Wollow.

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**, 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:

9-Jour, Ancient Greek Sandals, Armor Lux, Astorflex, Bik Dnm, Brotherwolf, Catch Ball, Cmmawear, Coopette Bros, Denham x Armor Lux, Erevan, Flamingos Life, Flower Mountain, Gitman Bros. Est 1978, Goldwin, Harris Wharf London, Hen's Teeth, Homecore, Kardo, La Paz, Manifattura Ceccarelli, Mosso Sunwear, Nanamica, Orcival, Original Madras Trading Co., Peppino Peppino Denim, Samsøe & Samsøe, Wundercamera Wardrobe.

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. *I GO OUT* è 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 - nel nuovo allestimento curato dal designer svizzero **Sebastiano Tosi** - ospita 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 già confermati sono:

Albaoptics, Aym's, C pe Concept, Cotopaxi, Coxmoore, Elliker, Hikerdelic, Isaora, Kappy Design, Keen, Nilmance, Nishiguchi Kutsushita, Nomadic State of Mind, Off Grid - Everything Is Connected, Scandinavian Edition, Snow Peak, Teva, Topologie, True Tribe e Yogi Footwear

I focus speciali

S|STYLE

Settima edizione per **S|Style**, il progetto espositivo di Fondazione Pitti Discovery curato dalla fashion journalist Giorgia Cantarini. Alla **Sala delle Nazioni**, un nuovo allestimento metterà in evidenza una rinnovata e interessante selezione di brand eco-responsabili, innovativi e di ricerca. Dalla Francia all'Inghilterra, dalla Costa d'Avorio all'India e all'Italia, S|Style è il risultato di uno scouting appassionato e appassionante tra le giovani generazioni di designer che fanno della sostenibilità ambientale e del rispetto per il Pianeta due presupposti indispensabili per esprimere la propria creatività.

Inoltre, questa settima edizione accoglie per la prima volta una partnership esclusiva con **Kering Material Innovation Lab (Kering MIL)**. Il Centro di ricerca interno al gruppo Kering, impegnato a favore della riduzione dell'impatto ambientale, metterà a disposizione dei designer di S|Style una biblioteca di materiali e tessuti certificati per la realizzazione di una capsule che debutterà in Fortezza.

I brand protagonisti a questa edizione sono:

Cavia (Italia), Dalpaos (Italia), Dhruv Kapoor (India), Isnurh (Danimarca), Jeanne Friot (Francia), Ksenia Schneider (Ucraina), Olooh Concept (Costa d'Avorio), Permu (Regno Unito), Steven Passaro (Francia), Young n Sang (Corea del Sud).

(vedi comunicato allegato)



PITTIPETS

Il lato fashion del mondo dei pets

Dopo un debutto di grande successo alla scorsa edizione, torna lo spazio esclusivo dedicato agli accessori e al lifestyle per gli amici animali. Alla **Polveriera** va in scena l'area speciale dedicata al mondo che ruota attorno ai cani e ai gatti - novità con la quale Pitti Uomo ha intercettato un segmento di mercato in grande crescita - espressamente disegnata da Ilaria Marelli, architetto e designer che ha firmato importanti allestimenti per brand lifestyle internazionali. Protagonista una selezione di 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.

Tra i nomi già confermati a PITTIPETS:

Bullophilosophy, Emma Firenze, Lollipop, Malucchi Made In Italy, Mon Bonbon Milano, MyFamily, Omniagioia, Perro Collection, Pupakiotti Pets, Superfine Pets Luxury, Ugo, Uno Ruben.

I Guest di Pitti Uomo 104

Special Guest: FENDI apre la sua Factory

In occasione di Pitti Uomo 104, FENDI presenterà la collezione uomo Primavera/Estate 2024 a Firenze con una sfilata speciale – su invito – in programma nel tardo pomeriggio del 15 giugno presso la suggestiva e recentemente inaugurata FENDI Factory, il polo d'eccellenza della Maison nel cuore della campagna toscana a Capannuccia (Bagno a Ripoli).

(vedi comunicato specifico)

Guest Designer è Eli Russell Linnetz di ERL

Il designer californiano Eli Russell Linnetz presenterà a Firenze - con un fashion show promosso dalla Fondazione Pitti Discovery in programma nella serata di giovedì 15 giugno - la collezione Primavera-Estate 2024 della sua label ERL, e racconterà la sua visione e il suo mondo crossover tra moda, design e lifestyle realizzando un progetto specifico per l'occasione.

Eli Russell Linnetz firmerà anche una grande installazione nel piazzale centrale della Fortezza da Basso: un'incursione eccezionale che renderà ancora più speciale questa edizione di Pitti Uomo.

(vedi comunicato specifico)

In Fortezza il Designer Project è CHULAAP

L'*happy fashion* di Chulaap colora Pitti Uomo, con una speciale installazione alla Sala delle Nazioni.

Il brand - fondato nel 2015 da Chu Suwannapha, designer thailandese d'origine e sudafricano d'adozione - ha saputo distinguersi nel panorama della moda maschile contemporanea grazie a una miscela travolgente di colori, forme e trame. Non a caso Suwannapha è stato definito "principe delle stampe". La forza creativa che arriva dal suo background, unita a un approccio innovativo agli accostamenti e ai volumi, celebra in maniera unica l'Africa contemporanea, incorporandone le tradizioni e unendovi motivi come il batik o dettagli come origami o ricami. Tagli larghi e squadri determinano un'estetica androgina, sperimentale, proiettata nel futuro. Mercoledì 14 giugno, alle ore 14.00 alla Sala delle Nazioni, il Designer Project di Pitti Uomo 104 sarà anche protagonista di una speciale presentazione tenuta dal fondatore Chu Suwannapha.

Highlights @ Pitti Uomo 104

Progetti al debutto, rientri importanti, anniversari e collaborazioni speciali. Ecco una serie di anteprime e partecipazioni speciali in scena a giugno:

_ FILA F BOX Collection

FILA partecipa a Pitti Uomo con la presentazione di FILA F BOX Collection, una collezione di capi sportswear e outdoor pensati per celebrare i 50 anni dell'iconico logo F BOX.

_ ARENA

Nell'anno del suo 50esimo anniversario, Arena presenta in esclusiva il beachwear e la collaborazione con **The Woolmark Company**. La linea segna il debutto ufficiale nel segmento lifestyle scegliendo la lana Merino come tessuto di punta performante e responsabile. Il brand si proietta verso nuovi orizzonti di tecnologia e stile, partendo dal proprio know-how nel racing. I capi, pensati per un consumatore urbano ed evoluto, saranno presentati in una speciale installazione presso lo spazio del Giardino del Glicine.



_ SNOW PEAK, camping & outdoor lifestyle

Camping brand leader in Giappone, da 60 anni promotore della vita all'aria aperta e a contatto con la natura, Snowpeak torna a Pitti Uomo con una doppia partecipazione. All'interno della sezione I GO OUT verrà presentata la collezione menswear SS24 e in uno spazio esterno in Fortezza andranno in scena le attrezzature da campeggio, come gli iconici bracieri pieghevoli e gli accessori in titanio per la tavola. E sotto la tenda, in collaborazione con Workshop Coffee, un caffè ghiacciato verrà offerto ai visitatori.

_ DRYKORN

Al Padiglione della Ghiaia, il ritorno di un contemporary fashion brand di riferimento dalla Germania, espositore storico di Pitti Uomo.

_ SUN68

La nuova collezione si chiama *Color Explosion*. Focus sul colore in tutte le sue declinazioni e un'estensione della gamma varianti su best-seller come polo e sneakers, con nuove tonalità. Un caleidoscopio di sfumature per un look adatto ad ogni occasione.

_ L.B.M. 1911

Torna a Pitti Uomo per presentare le sue novità, al Piano Inferiore del Padiglione Centrale, uno dei brand che sta ridisegnando i confini tra eccellenza sartoriale italiana e sportswear.

_ DOUCAL'S Anniversary

L'azienda festeggia i primi 50 anni di storia con "Mario", edizione speciale dell'iconico mocassino dedicato a Mario Giannini, fondatore del laboratorio artigianale a Montegranaro. In questo nuovo loafer, il giallo "Golden Cream" abbinato al nero, conferisce unicità al packaging. Mercoledì 14 giugno, alle ore 18, a Palazzo Budini Gattai, il brand presenterà l'evento "Loafer performance" che vedrà protagonisti gli artigiani dell'azienda. A seguire, cocktail.

_ LIVERANO & LIVERANO Atelier

La storica sartoria su misura di Firenze presenta per la prima volta a Pitti Uomo la sua collezione.

_ **CARL GROSS**, marchio tedesco famoso per il suo contemporary tailoring, presenta il suo mondo alla Sala delle Colonne.

_ INCOTEX BLUE DIVISION

Incotex Blue Division – la divisione denim del brand dei "migliori pantaloni del mondo" – presenta a Pitti Uomo tutte le novità della sua collezione SS24 e un esclusivo progetto a supporto dei giovani talenti, in collaborazione con Rinascente Firenze. Gli studenti di Accademia Costume e Moda, Domus Academy, Naba e Istituto Marangoni sono infatti stati invitati a una gara per 'vestire' una vetrina ciascuno del department store fiorentino.

_ WP LAVORI IN CORSO

Sempre alla ricerca di novità e di brand autentici, partecipa a Pitti Uomo con tre brand: **B.D. Baggies**, storico brand americano del 1919, noto per le sue camicie dall'aspetto comodo e vissuto, facili e fresche da indossare come fossero t-shirts; **Baracuta**, marchio inglese fondato a Manchester nel 1937, che torna alle radici con la sua icona G9 giubbotto Harrington, noto per la sua inconfondibile fodera in Fraser Tartan; **Filson**, brand americano dal 1897 produttore leader di articoli indispensabili per gli appassionati di outdoor, capispalla, maglie, zaini, accessori, borse e pantaloni all'insegna di una SS di comfort protezione e durata.

_ ECOALF

Con la collezione Lost Colors SS24, dedicata al lago d'Aral, prosegue l'impegno del brand sul fronte del risparmio idrico attraverso lo sviluppo di materiali innovativi. Situato tra il Kazakistan e l'Uzbekistan, l'Aral era il quarto lago più grande del pianeta, ma oggi è diventato un deserto a causa delle coltivazioni di cotone. La nuova collezione Ecoalf dimostra che si può creare moda risparmiando risorse naturali: le T-shirt e le felpe Ecoalf sono infatti realizzate con cotone riciclato al 100% da rifiuti post-consumo che riducono l'impronta idrica del 98%. Inoltre, i capi hanno colori neutri, che richiamano la terra, e sono tinti in capo per evitare lo spreco di tessuto e restituire acqua pulita agli ecosistemi. *Because There Is No Planet B®*

_ SUNSPEL

A Futuro Maschile, il brand inglese presenterà la sua nuova collaborazione con Nigel Cabourn.



_ RAINS

Il brand danese specializzato in outerwear per la pioggia porterà a Pitti un'installazione artistica evocativa della collezione e della filosofia del marchio.

_ **SEIDENSTICKER** presenta a Pitti Uomo la nuova linea in collaborazione con Julian Daynov.

_ ROY ROGER'S

A questa edizione di Pitti, Roy Roger's - primo marchio italiano di denim - presenta la collaborazione con Dave's NY, store workwear americano per eccellenza che negli anni è diventato un'icona di stile anche per le nuove generazioni. Ed è proprio il mondo workwear ad unire i due brands dando vita ad una collezione dal carattere ben definito che propone 3 pezzi essenziali, work pant, work jacket e short work jacket, in denim stone washed, jacquard e tie-dye.

_ GIUSEPPE ZANOTTI

Giuseppe Zanotti torna a Pitti Uomo per celebrare i 15 anni della collezione Uomo, e in questa occasione presenta una selezione di calzature evening, vero trionfo di artigianalità, a segnare il ritorno dell'eleganza formale. Protagoniste indiscusse le iconiche tuxedo-loafer dal design esclusivo, in materiali pregiati e adornate da cristalli.

_ CYCLE

L'iconico brand di luxury jeans presenta a Pitti Uomo una capsule collection in collaborazione con l'artista Sexs Dreams, che sarà al salone per personalizzare con il suo tag una selezione di denim.

La partecipazione speciale di Balloon Museum: in Fortezza l'installazione inedita Hyperstellar legata alla collab con Husky

Tra le partecipazioni di questa edizione anche quella di Balloon Museum, ideato e prodotto dalla Lux Eventi, dedicato all'inflatable art e premiato come miglior format al mondo del 2022 - oltre 2 milioni di visitatori in 12 mesi - con opere site-specific in cui lo spettatore è posto al centro dell'esperienza. A Pitti il collettivo artistico Hyperstudio realizzerà l'inedita installazione Hyperstellar, rivisitazione di un universo in cui il pubblico sarà circondato da uno spazio infinito, e condotto fino al culmine di uno spettacolo unico di luci, suoni e meraviglia. La presenza di quest'opera è legata alla collab che Balloon Museum lancia con il brand Husky, che nell'innovativa mostra presenterà una "Giacca 12 mesi" creata con una speciale piuma ultraleggera. Tanto basso sarà il peso della giacca @HuskyBalloon, che la stessa potrà rimanere sospesa in aria se esposta in un grande palloncino.

Progetti al debutto internazionale:

_ DO TM

La sezione Futuro Maschile ospita il debutto di DO TM, brand fondato a Firenze dal designer Domenico Orifice e supportato da Polimoda. DO TM è un universo duale in cui coesistono tangibile e virtuale, capi e accessori assieme a metaverso e 3D. L'Hybridverse Bunker Experience, nuovo sito del brand, sarà una vera e propria esperienza di esplorazione e d'acquisto virtuale e immersiva. La collezione stessa è una dimensione ibrida dove sportswear ed innovazione, tailoring e artigianalità si intersecano e si contaminano gli uni con gli altri senza limiti, in una celebrazione del Made in Italy.

_ ROVI LUCCA

Ispirato ai giardini delle ville lucchesi e al savoir faire toscano, Rovi Lucca è il luxury brand che "coltiva" la relazione con il mondo naturale elevando il concetto di abbigliamento da lavoro, traducendolo in uno stile sofisticato ed effortless per gli amanti dei giardini. Rovi Lucca nasce dalla collaborazione tra il designer italiano Fabrizio Taliani, precedentemente head designer di Zegna, e il direttore artistico australiano Bradley Seymour, precedentemente direttore creativo delle riviste Marie Claire ed Esquire Italia. Rovi Lucca presenterà la collezione SS24 all'interno della sezione Futuro Maschile a Pitti Uomo.



Tra i NOMI NUOVI e i RIENTRI a Pitti Uomo segnaliamo:

Abtany, Aeroclub, Arena, Barker England, Benibeca, Bernard Zins, Bluemint, Bombers Original, Buffalo, Cahu Paris, Carl Gross, Castaner, Ccs X Carhartt, Detroit Denim Co., Do™, Domestique, Dorick Marcel, Drykorn, Failsworth Hats, Farmacia SS. Annunziata dal 1561, Giabsarchivio, Gusari Ltd, Hikerdelic, Homecore, Ipanema, Isaora, J∞QUALITY, Kardo, Kings of Indigo, L.B.M. 1911, La Portegna, Le Glazik, Le Temps Des Cerises, Liverano & Liverano Atelier, Lords&Fools, Majestic Filatures Paris, Messyweekend, Rains, Reef, Resolute, Rossi, Rovi Lucca, Seidensticker, Siviglia, Snow Peak, Sp By Sal Parasuco, Samuel Gassmann Paris, Sun68 Beach, Sunspel, Svevo, Toms, Topologie, Uyn, Vetra, Vuscichè, Yvonne S, Wienerblut, Giuseppe Zanotti, Zoo York.

Le collaborazioni internazionali alla Fortezza da Basso

Si amplia il capitolo delle collaborazioni internazionali a Pitti Uomo che a questa edizione porterà in Fortezza brand made in Usa e una selezione di designer cinesi. Confermata la presenza di **Scandinavian Manifesto** e **J∞Quality**.

_ SCANDINAVIAN MANIFESTO

La scena della moda nordica più innovativa si presenta a Pitti Uomo ormai da diverse edizioni nel progetto espositivo **Scandinavian Manifesto**, una delle più consolidate collaborazioni internazionali di Pitti Immagine. Anche a questa edizione, una nuova selezione di brand frutto della partnership tra Pitti Uomo e Revolver Copenhagen, piattaforma fieristica di riferimento per i brand moda scandinavi ora unitasi a CIFF sotto il nome di **Ciff x Revolver**. Alle Costruzioni Lorenesi, tra i brand già confermati ci sono: **Another Aspect**, **Berner Khül**, **Les Deux, forêt**, **Norse Projects**, **Rue de Tokyo**, **Won Hundred** e al suo debutto assoluto **Past Tense Studio**, nuovo marchio che il direttore creativo di Norse Projects ha scelto di lanciare proprio da Pitti Uomo 104.

_ J∞QUALITY

J∞QUALITY FACTORY BRAND PROJECT, il progetto che riunisce cinque realtà manifatturiere giapponesi certificate J∞QUALITY, torna a Pitti Uomo con uno spazio all'interno di Futuro Maschile per presentare le eccellenze dell'artigianalità giapponese. A questa edizione, design director del progetto sarà **Masato Koyama del marchio HEUGN**. Protagonista anche la seconda stagione del progetto "New Chapter of Italia X Japan. AMC produced in Japan" lanciato da **Hirofumi Kurino (HUMANOS)**, che vede la collaborazione di due realtà produttive giapponesi impegnate nella realizzazione di una capsule collection del designer italiano **Aldo Maria Camillo**.

_ DETROITISSIMI

la creatività made in Detroit, tra street art, moda e design

A Pitti Uomo debutta il progetto speciale *Detroitissimi* che porterà alle Costruzioni Lorenesi un collettivo di sei brand basati a Detroit - Michigan, importante distretto manifatturiero di abbigliamento e accessori. Uno showcase in grado di esprimere il meglio della creatività made in Detroit - dal denim handmade agli accessori, dai tagli sartoriali allo streetwear sostenibile - presentato dal College for Creative Studies (Ccs), istituzione di primo piano che svolge un ruolo chiave in ambito educativo e culturale nella comunità di Detroit. Anche lo spazio espositivo sarà firmato da una azienda basata in Michigan, la Octane Design, e animato dal graffiti artist Mike Han, che porterà in Fortezza la street art di Detroit con performance dal vivo. Parte del progetto Detroitissimi anche la collaborazione **Ccs x Carhartt**, che sottolinea il legame tra i grandi marchi americani e il College for Creative Studies (Ccs). **I brand protagonisti sono:**
B.May Bags, Boswell, Detroit Denim, Deviate, K.Walker Collective.

_ CONSINEE

L'azienda cinese Consinee, player di riferimento nel mondo della filatura internazionale con produzioni di altissima qualità e completamente sostenibili, presenta a Pitti Uomo un progetto speciale curato da Labelhood, incubatore fashion e tra i più innovativi retailer in Cina. In Fortezza andranno in scena le caspule di una selezione di designer di ricerca - tra i quali **PONDER.ER** e **NULLUS** dalla Cina e l'italiano **Luca Larenza** - realizzate con i filati sostenibili di Consinee.



In Fortezza in collaborazione con Pitti Immagine:

_ HISTORES a Pitti Uomo 104

L'associazione che raggruppa 45 multibrand torna alla Fortezza da Basso con uno spazio dedicato al nuovo corso di Hindustrie, nata come private label dell'associazione. Il marchio di casa Histores, dopo l'ottima risposta nei negozi associati, arricchisce la sua proposta iniziale attraverso un'operazione di rebranding, spaziando tra nuovi modelli di maglieria e pantaloni, per ampliare e definire il guardaroba dell'uomo Histores. "Hindustrie è nata dai desideri, dalle esigenze e dall'esperienza dei negozi Histores: siamo soddisfatti ed emozionati per questo importante step sul percorso del nostro brand, e per la nuova collaborazione in atto" Marco Inzerillo, Presidente Histores. Nei giorni di Pitti si svolgerà l'assemblea dei soci con la presentazione delle nuove capsule, e uno speciale cocktail-evento in collaborazione con Pitti.

_ 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.

_ NAPOLI DENTRO, NAPOLI ADDOSSO

Mercoledì 14 giugno alle ore 16.00 all'UniCredit Theatre, Le Mani di Napoli - associazione che riunisce maestri artigiani della filiera moda made in Naples - propone a stampa, appassionati e addetti ai lavori un incontro con un duplice contenuto: nella prima parte il presidente Giancarlo Maresca sintetizzerà l'essenza dello stile napoletano; a seguire il vicepresidente Damiano Annunziato esporrà i tratti salienti del rivoluzionario *Disciplinare della Sartoria Napoletana*, in cui l'associazione riassume i processi da rispettare perché si possa parlare di abito partenopeo.

Tra le partecipazioni dei Gruppi Editoriali:

_ La mostra "AFTER THE CRACK UP. IL SALE DELLA VITA. ESQUIRE FA 180"

In occasione dei novant'anni di Esquire la testata presenta il progetto 180: uno sguardo non solo rivolto ai novant'anni passati ma soprattutto ai 90 che verranno, a 180 gradi appunto, per aprire la visuale sul piano dell'orizzonte. A questa edizione di Pitti Uomo il magazine parte con una mostra che si sviluppa sui tre piani del padiglione Centrale, ispirata a "The Crack Up", un classico che Francis Scott Fitzgerald scrisse nel 1936 per Esquire, per indagare il cambiamento nell'identità e nelle passioni maschili del 21esimo secolo.

E tra gli eventi in Fortezza:

Una serie di presentazioni di libri all'UniCredit Theatre:

_ *Il design del tessuto italiano. Dal decò al contemporaneo. Il tessuto stampato*, edito da Marsilio Arte (Mercoledì 14 giugno, ore 11.00);

_ *Atlante delle imprese culturali e creative in Italia 2023*, edito da Treccani (Giovedì 15 giugno, ore 10.00);

_ *Liverano & Liverano* (Giovedì 15 giugno, ore 15.00).

In città nel calendario di Pitti Uomo

_ RINASCENTE FIRENZE "Be Florentine"

Rinascente Firenze celebrerà ufficialmente il suo rinnovo architettonico, di brand mix e di fitting interno con "Be Florentine", una due-giorni di eventi in occasione di Pitti Uomo 104, una celebrazione della ricchezza culturale e della bellezza tipicamente fiorentine. Martedì 13 giugno alle ore 9, la terrazza ToscaNino al quarto piano di Rinascente, ospiterà la conferenza stampa di lancio degli eventi e del progetto vetrine realizzato in collaborazione con Slowear. Sempre martedì, Palazzo Vecchio e il suo magnifico Salone dei 500 apriranno le porte esclusivamente a Rinascente per una dinner experience in perfetto stile fiorentino e un private live concert. Il giorno seguente, mercoledì 14 giugno, un light dinner e un esclusivo party animeranno lo store di Piazza della Repubblica e la spettacolare Purple Gallery, una gallery in crystal di 1000 mq realizzata davanti allo store per l'occasione.



_ “Omaggio a Firenze”. LUISA BECCARIA per CORRI LA VITA

Moda e solidarietà saranno protagoniste di un evento esclusivo **martedì 13 giugno**, alle ore 18.00, per la **sfilata di Luisa Beccaria**, che sostiene i progetti di **CORRI LA VITA Onlus** a favore delle donne colpite da tumore al seno: per la prima volta il **giardino Frescobaldi** accoglierà 300 selezionati ospiti che con una generosa donazione assisteranno al défilé “**Omaggio a Firenze**” della stilista lombarda, contribuendo così a sostenere le iniziative della Onlus fiorentina che riguardano la prevenzione, la diagnosi precoce e la cura del tumore al seno.

Per prenotazioni scrivere a info@corrilavita.it entro e non oltre venerdì 9 giugno.

_ Il cocktail di UK FASHION AND TEXTILE ASSOCIATION

Martedì 13 giugno, dalle 19.00 alle 20.30, la Uk Fashion and Textile Association organizza una reception con cocktail sul B-Roof del Grand Hotel Baglioni.

_ STEFANO RICCI presenta il libro “THE BOOK”

Mercoledì 14 giugno dalle 9.30 alle 10.30, preview e presentazione del libro “The Book” di Stefano Ricci.

_ Il CENTRO DI FIRENZE PER LA MODA ITALIANA presenta “Aperitivo con gli Chef”

Mercoledì 14 giugno, dalle 18.30 alle 20.30 nel Chiostro del Complesso di Santa Maria Novella, il Centro di Firenze per la Moda Italiana invita a un “**Aperitivo con gli Chef. Itinerari di gusto tra moda e cultura**”, protagoniste una serie di eccellenze enogastronomiche del territorio e un trio di chef stellati come Vito Mollica, Marco Stabile e Filippo Saporito.

_ US Polo Assn. presenta LIVE AUTHENTICALLY

Mercoledì 14 giugno dalle ore 19.30, il cocktail party LIVE AUTHENTICALLY propone un viaggio tra moda, arte, sport e musica al Giardino Torrigiani,

_ DIGEL X SECRET GARDEN

Mercoledì 14 giugno, dalle ore 19.00 a Palazzo Ximenes, il dinner party del brand tedesco per il lancio della nuova collezione.

_ PINEIDER cocktail in boutique

Mercoledì 14 giugno, dalle 17.30 alle 20.30, cocktail presso la boutique Pineider sul Lungarno degli Acciaiuoli.

_ **VALENTINO BOUTIQUE OPENING EVENT**, il cocktail di inaugurazione della nuova boutique della Maison Valentino a Firenze in Piazza della Signoria 13, mercoledì 14 giugno dalle 18 alle 20.

_ LUISAVIAROMA presenta “Runway Icons

LuisaViaRoma, in collaborazione con British Vogue e Edward Enninful, presenta “Runway Icons”, una sfilata multi-brand che avrà luogo a Firenze il 14 giugno 2023 presso Piazzale Michelangelo. “Runway Icons” illustrerà l’evoluzione della moda attraverso i decenni, instaurando un dialogo visivo tra passato, presente e futuro. Lo show presenterà look di oltre 50 brand internazionali, che porteranno in passerella outfit simbolo sia del loro heritage che del loro DNA contemporaneo insieme ad una selezione di capsule collections create in esclusiva per LuisaViaRoma.

Le iniziative delle scuole di moda in città

POLIMODA

Graduation Show. Il 15 giugno, Polimoda presenta la sua annuale passerella finale con le collezioni dei migliori talenti della scuola: una finestra sulla creatività e la visione artistica di una nuova generazione di fashion designer da tutto il mondo.

THreSH(h)öld. Dal 14 al 18 giugno (opening su invito il 13) presso Manifattura Tabacchi, gli studenti del corso Polimoda in Fashion Art Direction presentano la mostra *THreSH(h)öld - a point of beginning*, una collezione di installazioni al confine tra arti visive e moda. Le proposte degli studenti mirano a trasformare gli spazi dedicati al retail in una esperienza culturale trasformativa.



ISTITUTO MARANGONI FIRENZE

_R3•SET

Al confine tra realtà e digitale, Istituto Marangoni Firenze presenta i progetti dei Best Fashion Designer 2023 in uno show - **martedì 13 giugno**, alle ore 17.30, all'Istituto di Scienze Militari Aeronautiche (Viale dell'Aeronautica, 14 – Firenze) - che supera i canoni classici della sfilata per raccontare le potenzialità delle nuove tecnologie applicate alla moda.

_ THE ALCHEMIST OF FASHION. UNVEILING THE FORMULA OF GIANFRANCO FERRÉ

Al WP Store (Via della Vigna Nuova, 75/R), **lunedì 12 giugno alle ore 18.00** inaugura una retrospettiva dedicata all'iconico architetto e designer della moda, Gianfranco Ferré. La mostra offre una sintesi di capi iconici e oggetti inediti provenienti dal WP Archive sotto la curatela degli studenti del Master in Art Management e Curating Art and Fashion di Istituto Marangoni Firenze.

IED Istituto Europeo del Design

È l'inglese Lucy Orta l'artista invitata da IED a guidare come Mentor il gruppo di studenti selezionati da tutte le sedi del Gruppo fra Italia, Spagna e Brasile per lavorare all'ideazione e creazione di una grande installazione dal titolo "**transitions**", che sarà presentata il 14 giugno nel Salone Brunelleschi dell'Istituto degli Innocenti, in occasione di Pitti Uomo 104.

News da segnalare:

La collaborazione con Isetan Tokyo

All EXHIBITION @ isetan shinjuku mens 20 anniversario

Torna la collaborazione di Pitti Immagine con Isetan, department store di riferimento della moda in Giappone. Dal 20 settembre al 3 ottobre, il palazzo di Isetan Shinjuku Men's ospiterà la speciale mostra "ALL EXHIBITION", dedicata ai 20 anni del celebre store di Tokyo, e per l'occasione anche una speciale installazione dedicata a Pitti Uomo.

PITTI CONNECT

In parallelo al salone fisico, Pitti Immagine continuare a valorizzare sulla piattaforma globale PITTI CONNECT le proposte, le novità e le iniziative speciali degli espositori.

Su uomo.pittimmagine.com

**ARMOUR LUX per DENHAM e HOFF
vestono i Pitti Boys & Girls**

special grant

madeinitaly.gov.it



Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale



main partner

