



## Play your game at Pitti Uomo!

### PITTI GAMES è il tema che caratterizza lo stile e il mood dei prossimi saloni di Pitti Immagine a giugno

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 nel nuovo tema dei saloni estivi PITTI GAMES.

“Pitti Games è un tema che si sposa molto bene con il clima di ottimismo con cui ci apprestiamo ad aprire i prossimi saloni,” **commenta 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 sé 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, sparigliare, bluffare magari, mescolare, mischiare, mettere giù le carte. Insomma, il gioco ci offre moltissimi input, nella vita e nel nostro lavoro.”

“Ho immaginato che i prossimi saloni si potessero aprire come un invito alla community di Pitti a fare il proprio gioco. Una sorta di operazione inclusiva che - dalle carte alla dama, trasformate in segni grafici - raccontasse strategie e modalità diverse,” **spiega il creative director Angelo Figus.** “Naturalmente il riferimento al mondo tessile è costante: check, zig zag, linee verticali vengono scomposti e ricomposti nello scenario del salone.

#### La campagna adv di Pitti Uomo

I quadri della scacchiera, i triangoli allungati del backgammon, le carte e i dadi ispirano elementi grafici dirompenti che definiscono le scenografie richiamando i pattern degli outfit dei modelli. Mentre le tecnologie più avanzate, messe a disposizione da On air studio di Milano, specializzato in extended reality, hanno permesso lo sviluppo di un video di altissima qualità, con effetti tridimensionali e immersivi.

#### PITTI GAMES per Pitti Bimbo

Per **Pitti Bimbo** il tema si declina con atmosfere estive e spensierate. I bambini giocano sempre seriamente. Da soli, in due, in gruppo, si cimentano nelle sfide, affrontano duelli, tessono alleanze, compongono squadre e lo spirito che ne consegue. Liberi negli spazi aperti, riuniti intorno a un tavolo spalancano mondi con una potenza creativa straordinaria che può anche cambiare le regole del gioco. E allora **le classiche carte diventano tappeti volanti** che portano altrove, un frisbee può guidare lontano, **i bastoncini di Shanghai si moltiplicano come rami di un giardino** e gli obli di Forza quattro aprono finestre su nuovi scenari, senza mai togliere stupore, ma insegnandoci ogni volta uno sguardo diverso.

#### PITTI GAMES per Pitti Filati

Per **Pitti Filati** il tema assume una declinazione concettuale. Il gioco d'elezione è quello delle carte: le abili mani di un prestigiatore fanno volteggiare il mazzo evocando - attraverso il movimento - il filo, la struttura, la maglia. La trama delle carte si intreccia e si accorda con la gestualità di un ballerino la cui performance, ripresa in slow motion, diventa come per magia una texture.



## **PITTI GAMES- Who's Who**

### **Angelo Figus**

Direttore creativo di molti dei saloni di Pitti Immagine è anche il curatore con Nicola Miller, di un apprezzato spazio ricerca a Pitti Filati. Stilista e art director, si è diplomato alla Royal Academy di Anversa, ha collaborato con Dries Van Noten, ha lavorato come costumista per l'Opera di Amsterdam. Realizza una propria collezione di calzature.

### **Leonardo Corallini**

Regista, fotografo, direttore creativo, alla continua ricerca di progetti dal fattore umano. «Creo format per raccontare le persone, faccio film per narrare come nel Cinquecento si faceva con gli affreschi. Uso il linguaggio del digitale, del cinema, del documentario, delle applicazioni, in particolare ho lanciato myworld, in cui è possibile seguire i consigli e le visioni, i mondi, i gusti delle singole persone che decidiamo di scegliere come riferimento» racconta lui stesso. Al suo attivo Corallini ha progetti per brand del fitness, della moda, del turismo, ma anche rassegne del cinema, come Tribeca e Milano Film Festival.