



# PITTI IMMAGINE UOMO

**PITTI UOMO 105**  
**Firenze, Fortezza da Basso**  
**9-12 gennaio 2024**

**Firenze torna a essere la capitale della moda maschile e del lifestyle.**  
**In arrivo gli attori principali della scena fashion internazionale**  
**832 brand, di cui il 46% esteri,**  
**pronti a presentare le nuove collezioni invernali**

**Guest designer Magliano e S.S. Daley,**  
**entrambi protagonisti di due sfilate-evento**

**Tra le collaborazioni internazionali il lancio di NEUDEUTSCH,**  
**progetto sul new wave design dalla Germania**

**E poi, debutti, presentazioni ed eventi**  
**in Fortezza e in città**

**PITTITIME è il tema di questa edizione!**

L'edizione invernale di Pitti Uomo, la numero 105, si svolgerà alla Fortezza da Basso di Firenze dal 9 al 12 gennaio 2024. Nell'attuale contesto internazionale, la manifestazione si conferma il punto di riferimento per brand e designer, buyer e stampa specializzata all'apertura della stagione. Non solo una vetrina d'eccellenza per le collezioni dell'Autunno/Inverno 2024-2025, ma anche un luogo che fa da specchio alle tendenze, alla creatività e alle nuove istanze che attraversano la società. Emblematiche le scelte come Guest designer di Luca Magliano e Steven Stokey-Daley, due giovani creativi - già protagonisti all'inizio della loro carriera in progetti speciali di Pitti Uomo dedicati ai talenti emergenti, rispettivamente Who's On Next del 2017 e S-Style del 2021 – che porteranno a Pitti Uomo molti spunti di riflessione, oltre allo spettacolo della loro moda.

Sul fronte delle presenze, continua a crescere il numero degli espositori grazie anche ad alcuni rientri importanti di aziende di riferimento. Pitti Uomo a gennaio presenterà le collezioni di **832 marchi**, con una rilevante percentuale di **brand esteri (il 46%)**. Il format di Pitti Uomo si conferma in tutte le sue sfaccettature, con un layout che darà risalto alle singole sezioni, ai focus sul vintage e sul mondo pets, e l'ampliamento delle collaborazioni internazionali con il lancio di NEUDEUTSCH, un inedito progetto sul new wave design dalla Germania.

“Pitti Uomo è a tutti gli effetti un momento di confronto irrinunciabile che rende Firenze leader nel settore delle manifestazioni dedicate alla moda”, **commenta Raffaello Napoleone, amministratore delegato di Pitti Immagine**. “Dal nostro osservatorio speciale cogliamo la voglia dei brand di essere presenti, di farsi vedere e incontrare i clienti. Su questo fronte, siamo fiduciosi in una larga partecipazione di buyer esteri. In un contesto unico e spettacolare, che vede riuniti tutti i protagonisti della scena fashion internazionale, Pitti Uomo offre la possibilità di una overview unica sulle nuove collezioni e di ottenere feedback utili sull'andamento dei mercati e delle principali scene creative. Il lavoro di scouting del team Pitti è stato capillare e, come sempre, siamo convinti che la cornice fiorentina porterà ulteriore valore ai progetti speciali in calendario”.

**Il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale e Agenzia ICE per i saloni moda Pitti Immagine 2024**

Il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale 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 moda 2024 di Pitti Immagine, un contributo fondamentale per il programma di incoming dei migliori operatori esteri e di



comunicazione.

"Grazie a questa collaborazione - **dice Agostino Poletto, direttore generale Pitti Immagine** - possiamo investire preziose risorse anche nell'invito a compratori provenienti dai mercati emergenti, sia quelli che sappiamo essere potenziali nuovi clienti del Made in Italy di qualità, sia quelli che stanno già diventando importanti per i nostri espositori nazionali. Per questa attività abbiamo lavorato con il personale degli uffici Ice all'estero, trovando sempre competenza e approfondita conoscenza dei rispettivi contesti di distribuzione e consumo, elementi decisivi per una seria programmazione".

## **UniCredit si conferma Main Partner di Pitti Immagine**

### **La banca rinnova l'accordo triennale di sponsorizzazione**

### **e l'impegno a supporto dello sviluppo dei territori e dell'eccellenza Made in Italy**

E' stato rinnovato l'accordo di collaborazione per il triennio 2023-2025 tra UniCredit e Pitti Immagine, sponsorizzazione che vede ancora il Gruppo bancario nel ruolo di Main partner, attivo in prima linea per offrire la propria expertise e il proprio supporto ad uno dei settori chiave dell'economia italiana.

"Abbiamo lavorato insieme a Unicredit con impegno e dedizione nei tre anni passati - **dice Raffaello Napoleone, amministratore delegato di Pitti Immagine** - e siamo felici che tutto ciò prosegua rinnovando fino al 2025 questa partnership che sentiamo come un vero sodalizio. L'esperienza fatta in un contesto così difficile e inedito ci aiuterà a realizzare progetti ancora migliori, non solo per noi che abbiamo firmato l'accordo, ma soprattutto per le aziende del Made in Italy che rappresentiamo e assistiamo con i nostri rispettivi eventi e servizi."

"Con grande entusiasmo confermiamo il nostro impegno al fianco di Pitti Immagine – dichiara **Annalisa Areni, Responsabile Client Strategies di UniCredit Italia** -. Con il Salone Pitti Uomo diamo il via ad una nuova partnership attiva che, fino al 2025, ci vedrà accanto alle imprese del comparto moda nel raggiungimento di obiettivi tangibili in materia di innovazione, sostenibilità ed internazionalizzazione, mettendo a loro disposizione competenze specialistiche, soluzioni mirate e la forza del nostro network paneuropeo. Abbiamo inoltre voluto aggiungere un focus sulla formazione, determinati a supportare concretamente il talento di giovani emergenti nel fashion Made in Italy. Una sinergia a tutto tondo, rinnovata in coerenza con il nostro piano, UniCredit per l'Italia, volto a contribuire alla crescita e allo sviluppo sostenibile del sistema Paese. Ciò è in linea con l'obiettivo principale di UniCredit nel percorso che la vede determinata a diventare la banca per il futuro dell'Europa: sbloccare il potenziale delle persone, delle imprese e delle comunità fornendo loro le leve per il progresso".

*(vedi comunicato dedicato)*

## **I Buyer**

Tantissimi i buyer che hanno confermato la loro presenza: dai più importanti department store del mondo alle boutique, ai negozi di ricerca, ai concept store. Solo per citarne alcuni: **10 Corso Como** (Corea del Sud), **14 Oz.** (Germania), **Abseits** (Germania), **Aditya Birla** (India), **Al Tayer** (Emirati Arabi Uniti), **Alan Bilzerian** (Stati Uniti), **Antonlioli** (Italia), **Auzmendi** (Spagna), **B1lock** (Cina), **Barneys Japan** (Giappone), **Base Blu** (Italia), **Beaker** (Corea del Sud), **Beams** (Giappone), **Bergdorf & Goodman** (Stati Uniti), **Bernardelli** (Italia), **Beymen** (Turchia), **Biffi** (Italia), **Bindesbol** (Danimarca), **Bloomingdale's** (Stati Uniti), **Boston Trader** (Olanda), **Boyds** (Stati Uniti), **Breuninger** (Germania), **Brown Thomas** (Regno Unito), **Browns** (Regno Unito), **Brunschwig** (Svizzera), **Bungalow** (Germania), **Concept N** (Emirati Arabi Uniti), **CNTRBND** (Canada), **Cramer** (Germania), **Dantendorfer** (Austria), **DFS - La Samaritaine** (Francia), **Dover Street Market** (Regno Unito), **Dover Street Market Ginza** (Giappone), **Element** (Cina), **End Clothing** (Regno Unito), **ENG** (Cina), **Engelhorn** (Germania), **Fashion Club 70** (Belgio), **Felloni** (Italia), **Franz Kraler** (Italia), **Galleries Lafayette** (Francia), **Galleries Lafayette Doha** (Qatar), **Galleries Lafayette Beijing** (Cina), **Giulio Fashion** (Regno Unito), **Globus** (Svizzera), **Gore** (Spagna), **H Lorenzo** (Stati Uniti), **Hankyu Hashin** (Giappone), **Harrods** (Regno Unito), **Harrolds** (Australia), **Harry Rosen** (Canada), **Harvey Nichols** (Regno Unito), **Harvey Nichols Doha** (Qatar), **Helmut Eder** (Germania), **Highsnobiety** (Germania), **Hirmer** (Germania), **Holt Renfrew** (Canada), **Hypebeast** (Regno Unito), **I am Shop** (Corea del Sud), **Illum** (Danimarca), **In the Park** (Cina), **Isetan Mitsukoshi** (Giappone), **Itochu** (Giappone), **Jus** (Svezia), **Kadewe** (Germania), **La Garconne** (Stati Uniti), **La Maison Degand** (Belgio), **La Maison Simons** (Canada), **Lane Crawford** (Hong Kong – Cina), **Le Bon Marché** (Francia), **Le Form** (Russia), **Le Gray** (Arabia Saudita), **Level Shoes** (Emirati Arabi Uniti), **Lodenfrey** (Germania), **Luisaviaroma** (Italia), **Lukse** (Russia), **Martinpatrick 3** (Stati Uniti), **Marubeni** (Giappone), **Matches** (Regno Unito), **Michele Inzerillo** (Italia), **Mitchell of Westport** (Stati Uniti), **Mitsui** (Giappone), **Moda 404** (Stati Uniti), **Modes** (Italia), **Moon** (Svizzera), **My Theresa** (Germania), **Neiman Marcus** (Stati Uniti), **Neom** (Arabia Saudita), **Nino**



# PITTI IMMAGINE UOMO

**Alvarez** (Spagna), **NK Herrekipering** (Svezia), **Nitty Gritty** (Svezia), **Nordstrom** (Stati Uniti), **Norse** (Danimarca), **Notre** (Stati Uniti), **Nugnes 1920** (Italia), **One Block Down** (Italia), **Onward Kashiya** (Giappone), **Opener** (Corea del Sud), **Papenbreer** (Germania), **Peek & Cloppenburg** (Germania), **Peggs & Sons** (Regno Unito), **Printemps** (Francia), **R el** (Cina), **Rinascente** (Italia), **Road Sign** (Taiwan), **Rubaiyat** (Arabia Saudita), **Saks Fifth Avenue** (Stati Uniti), **Selfridges** (Regno Unito), **Ships** (Giappone), **Silver Deer** (Messico), **Skp** (Cina), **Smets** (Lussemburgo), **SND** (Cina), **SNS** (Svezia), **Takashimaya** (Giappone), **Tessabit** (Italia), **The Business** (Regno Unito), **The Corner 106** (Russia), **Tom Greyhound** (Corea del Sud), **Trends** (Taiwan), **Troelstrup** (Danimarca), **Trunk Clothiers** (Regno Unito), **Tsum** (Russia), **United Arrows** (Giappone), **Vitkac** (Polonia), **VMC** (Svizzera), **Voo store** (Germania), **Wako** (Giappone), **Workout** (Corea del Sud).

## **PittiTime:**

### **il nuovo tema dei saloni invernali di Pitti Immagine**

Percepito, intuito, reale, virtuale, fuggevole, inconquistabile: il tempo non   qualcosa che scorre uniforme, dal passato verso il futuro, misurato esattamente dagli orologi. **Accelera, decelera, cerca un ritmo. Un po' come la moda.** Ecco perch  **PittiTime**   il tema che caratterizza i saloni invernali di Pitti Immagine e la nuova campagna adv di Pitti Uomo, diretta dal regista Leonardo Corallini e coordinata dal creative director Angelo Figus.

“Niente pi  della scansione temporale assomiglia a Pitti Uomo che, puntuale, a ogni stagione arriva per proporre, presentare, confrontarsi, anticipare, cambiare”, **commenta Agostino Poletto, direttore generale di Pitti Immagine.** “E sul tempo riflette anche la moda, accelerando le collezioni in sincopate sequenze di capsule, stabilizzandosi nel timeless, definendo il quiet luxury di capi che non passano, nella continua ricerca di un heritage identitario come segno di continuit . Un percorso incessante in avanti e indietro attraverso citazioni e referenze che sembrava impossibile veder tornare, in un clima che annulla le stagioni e cambia i riferimenti”.

*(vedi comunicato dedicato)*

## **I brand protagonisti**

### **832 brand in totale**

di questi **386 provengono dall'estero (46% del totale)**

*Tutti i brand che partecipano a Pitti Uomo 105 alla Fortezza da Basso sono anche presenti nella piattaforma digitale Pitti Connect.*

## **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 Autunno/Inverno 2024-2025: dal classico all'informale, passando per il mondo della ricerca. A queste si aggiunge la presenza delle aree speciali dedicate ai pets e al vintage.

## **FANTASTIC CLASSIC**

L'evoluzione del classico nelle sue versioni pi  innovative e contemporanee. Al **Piano Terra e Inferiore del Padiglione Centrale, Salone M, Sala Alfa, al Rondino** e alle **Costruzioni Lorenesi**, una selezione di brand iconici del Made in Italy e le pi  alte espressioni del tailoring internazionale. Un percorso in cui le linee e i codici del guardaroba classico si aggiornano grazie a una visione innovativa dell'outfit, che accorda modelli e abbinamenti a moderne esigenze e aspirazioni.

### **Tra i brand di FANTASTIC CLASSIC:**

**Alessandro Gherardi, AT.P.CO, Barmas, Borsalino, Brett Johnson, Briglia 1949, Brunello Cucinelli, Caruso, Crockett & Jones, Cruciani, Cruna, Doriani Cashmere, Doucal's, Dressler, Edward Green, Fedeli, Gabriele Pasini, GMS75, Gran Sasso, Grenfell, Guglielminotti, Head Sportswear, Herno, Hettabretz, Incotex Blue Division, Johnstons of Elgin, Kired, L'Impermeabile, L.B.M. 1911, Loake, Manuel Ritz, Tateossian London, Tattras, TMB, Paoloni, Paul & Shark, People of Shibuya, Piacenza 1733, Piquadro, Roy Robson, Roy Roger's, Sand Menswear, Seraphin, Siviglia, Stefano Ricci, Stenstr ms, Stile Latino, Studio Seidensticker, Tattras, Xacus, Windsor.**



## 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 e di ricerca.

### Tra i brand di FUTURO MASCHILE:

**04651/, ANT45, Arma, Avant Toi, Borntostandout, Buttero, Cahu Paris, Coltesse, Cutler and Gross, De Bonne Facture, East Harbour Surplus, Faliero Sarti, Felisi, G.R.P., Hannes Roether, Hestra, Homecore, Ian Hylton, Ikiji, Inis Meain Ireland, Isabel Benenato, Jacques Solovière Paris, John Smedley, Lodenfrey, Ma' Ry' Ya, McGeorge of Scotland, Paltò, Paraboot, Pierre Louis Mascia, Roberto Collina, Ron Dorff, Rovi Lucca, Salvatore Santoro, Sunspel, Tela Genova, Toga Virilis, Transit, Tricker's, 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, protagoniste al **Padiglione Cavaniglia, Armeria, Fureria, Magazzini 07**, e in una serie di **spazi indipendenti** all'Area Monumentali, Padiglione delle Ghiaia e alle Costruzioni Lorenesi. 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: American College Usa, Anerkjendt, Barbour, Ben Sherman, Bikkembergs, Blundstone, Bob, Bombers Original, Brandblack, Buffalo Boots, Bulk, Canadian, Cariuma, Cat Wwr. Caterpillar, Ciesse Piumini, Cycle, D1 Milano, Dekker, Denham, Drykorn, Duno, East Pacific Trade, Eastpak, Ecoalf, Ellesse Emu Australia, Faguo, Fat Moose, Fila, Filson, Flufié, Gabba, Goldgarn Denim, Goorin Bros., Got Bag, G-Star Raw, Guess Jeans, Hèskimo, Hey Dude, Invicta, Jansport, Keeling Keh-Noo, KNT Kiton New Textures, Krakatau, Lefrik, Lyle & Scott, Marshall Artist, Mc2 Saint Barth, Moose Knuckles, Mou, Mwm Mod Wave Movement, Penfield, Replumé, Rodd & Gunn New Zealand, Saucony, Scotch&Soda, Sun68, Sweet Pants, Woolrich.**

## 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: Album Paris, Amaranto, American Vintage, Armor Lux, Astorflex, Atalaspport, Barbour Flower Mountain, Bask in the Sun, Bailey 1922, Blue de Gênes, Boltey, Brightway, Captain Santors, Catch Ball, Cloth and Cut, C.O.F. studio, Coopettebros, Croots England, Eribé, Flower Mountain, Gallia Knit project, Gitman Bros. Est 1978, Goldwin, Hankalex, Harris Wharf London, Kappy Design, Kardo, Lagomoro, La Paz, Loreak Mèndian, Manifattura Ceccarelli, Nanamica, National Standard, Numero Uno, Only the Blind, Onthebund/NØRGUYS, Patchouli by Claudio Cutuli, Public Serv-ce, Regal, Resolute, Samsøe Samsøe, Sanders, Sandmanncraft, Seven Gauge, Shangri-La Heritage, The Quartermaster, The Shoe of Life by H.Katsukawa, Valette Studio, WANT Les Essentiels, Wehve, Wundercamera Wardrobe.**

## I GO OUT

Una nuova prospettiva di lifestyle, in cui la passione per gli spazi aperti e gli sport legati alla natura incontra la ricerca stilistica più avanzata. I GO OUT è la sezione del salone che interpreta il trend contemporaneo dell'outdoor rivolgendosi ai migliori concept store e agli e-shop più esigenti. La **Sala della Ronda** - nell'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 environmentally friendly e una creatività che guarda al viaggio.



**Tra i marchi di I GO OUT: Allied Feather+Down, Again, Albaoptics, Berghaus, Càpe Concept, Cotopaxi, Coxmoore, Craft, Danner, Elliker, Everyday Mountaineering, Hikerdelic, Isaora, Jack Wolfskin, Keen, Le Soulor 1925, Minnessak, Monofoo, Norda, Optimistic Runners, Quartz Co, Sandqvist, Scandinavian Edition, Snow Peak, Teva, True Tribe, Yogi Footwear.**

## I focus lifestyle

### **PITTIPETS**

Il lato fashion del mondo dei pets è diventato ormai un appuntamento tra i più apprezzati in Fortezza, oltre che un segmento di mercato in forte espansione. Lo spazio esclusivo dedicato agli accessori e al lifestyle per gli amici animali - con un allestimento disegnato da Ilaria Marelli, architetto e designer che ha firmato importanti spazi per brand lifestyle internazionali - rende protagonista una selezione di marchi che con le loro proposte di abbigliamento, accessori, prodotti per la cura degli animali, oggetti e arredi per la casa, stanno rivoluzionando il mondo dei pets. Inoltre, mercoledì 10 gennaio, alle ore 11.30 nello spazio di PittiPets va in scena uno speciale cocktail bestiale per buyer e stampa.

**Tra i marchi di PITTIPETS: 2.8 Duepuntootto, Bullophilosophy, Faliero Sarti For Pets, I Love My Dog, Labilla, Lollipop, My Family, Ugo, United Pets.** A questa edizione anche la partecipazione speciale di **Poltrona Frau**.

### **VINTAGE HUB Circular Fashion**

Torna VINTAGE HUB Circular Fashion, progetto lanciato durante la scorsa edizione e curato da Angelo Caroli, anima di A.N.G.E.L.O. Vintage Palace, con l'obiettivo di stimolare un approccio contemporaneo al mondo del vintage. Al **Primo Piano dell'Arsenale**, nello speciale allestimento di Antonio Mastrococco, verranno presentate le proposte di aziende che operano e offrono servizi nel mondo del second hand e dell'upcycling, tra fashion e design, in un'ottica che lega insieme sostenibilità e business. Il progetto si rivolge in particolare ai negozi, sempre più interessati ad ospitare corner second hand e arredamenti vintage. A questa edizione ospita anche "**ordinarily extraordinary**", lo speciale progetto/installazione a cura di Maurizio Donadi, uno dei padri dell'upcycling, che presenta ogni giorno cinque look ottenuti accostando stili diversi: una proposta creativa di ensemble costruita sul mix&match di capi da aziende di upcycling e pezzi e tessuti vintage.

**Ecco le aziende che partecipano ci sono: 2 Di Picche, AN CO RA, A.N.G.E.L.O., A.N.G.E.L.O. Rework, Antonio Mastrococco One Off, Stefano Ghilardi Official, Velvet for Philosophers + Re-Jàvu Milano.**

## Gli eventi speciali di Pitti Uomo 105

### I Guest Designer: Luca Magliano e Steven Stokey-Daley

#### **Luca Magliano, Founder e Creative Director di MAGLIANO**

Classe 1987, designer di origini bolognesi e anima del brand MAGLIANO, che ha debuttato proprio a Pitti Uomo nel 2018 e nel 2023 è stato insignito del premio LVMH Karl Lagerfeld. Luca Magliano realizzerà un evento speciale a Firenze: un coinvolgente fashion show al Nelson Mandela Forum, in programma nel tardo pomeriggio di mercoledì 10 gennaio. "Luca Magliano si distingue per la capacità di modellare in maniera originale i canoni culturali e sociali di solito associati alla moda italiana: un elemento centrale in questo senso è la sua inclinazione verso un lavoro realmente collettivo", dice *Lapo Cianchi, Direttore Comunicazione & eventi speciali di Pitti Immagine*.

*(vedi comunicato dedicato)*

#### **Steven Stokey-Daley, Founder e Creative Director di S.S. DALEY**

Designer di Liverpool, non ancora trentenne ma già apprezzato a livello internazionale, Steven Stokey-Daley porterà a Firenze la sua collezione Made in Britain nel pomeriggio di giovedì 11 gennaio, attraverso una sfilata-evento a Palazzo Vecchio (Salone dei Cinquecento), che esalterà lo stile caratteristico dell'omonimo brand, premiato nel 2022 con il LVMH Prize for Young Fashion Designers. "Steven Stokey-Daley trasforma l'Upper Class britannica in una fantasia di moda Queer. Nonostante la giovane età, Steven porta avanti il suo progetto con maturità espressiva, attraverso una rilettura



## PITTI IMMAGINE UOMO

divertita ed eccentrica dell'Heritage britannico, la noncuranza dei vincoli di genere e l'impegno alla sostenibilità". - *Francesca Tacconi, Special Events Coordinator di Pitti Immagine.*

*(vedi comunicato dedicato)*

### **TODD SNYDER è Designer Showcase di Pitti Uomo 105**

In occasione di Pitti Uomo 105, Todd Snyder sarà protagonista, con il brand eponimo, del *Designer Showcase* di questa edizione. Già definito dagli addetti ai lavori come uno dei menswear designer statunitensi più influenti della sua generazione, Todd Snyder presenterà a Firenze la nuova collezione con una sfilata nel proprio stile distintivo in scena il primo giorno del salone, martedì 9 gennaio, alla Stazione Leopolda.

"L'atteso ritorno in passerella di Todd Snyder è uno degli eventi speciali del nostro appuntamento internazionale di moda e lifestyle maschile. Questo progetto è anche il riconoscimento di Pitti a una lunga e brillante carriera, caratterizzata dalla capacità di rinnovarsi costantemente in sintonia con lo spirito del tempo", dice *Raffaello Napoleone, AD di Pitti Immagine.*

*(vedi comunicato dedicato)*

### **Tra i progetti speciali al lancio internazionale a Pitti Uomo**

#### **GUESS JEANS**

L'iconico brand del denim sceglie Pitti Uomo come palcoscenico unico per lanciare in anteprima mondiale la nuova linea GUESS JEANS di Nicolai Marciano e una nuova filosofia di marketing. Un progetto rivoluzionario e innovativo, improntato alla sostenibilità e all'attenzione al futuro, che sarà presentato con un'installazione alla Fortezza da Basso, e con una speciale esperienza immersiva – "The Next 40 Years of Denim" - al Teatro Del Maggio, con opening martedì 9 gennaio (dalle 18.00 alle 20.00), e apertura al pubblico fino al 12 gennaio (dalle 10.00 alle 20.00).

#### **TOD'S e AUTOMOBILI LAMBORGHINI**

Tod's presenta la prima collezione di calzature nata dalla partnership con Automobili Lamborghini, con un evento speciale in programma mercoledì 10 gennaio (dalle 17.00 alle 20.00) alla Stazione Leopolda. L'esclusiva collaborazione dei due marchi celebra l'artigianato e la tradizione italiana, ma anche la ricerca tecnologica e l'innovazione: qualità che definiscono i valori delle due aziende

### **E tra i debutti a questa edizione:**

#### **ACHILLES ION GABRIEL**

##### **Debut @ Pitti Uomo 105**

In anteprima esclusiva a Pitti Uomo, Achilles Ion Gabriel, giovane designer di origine finlandese già insignito di prestigiosi premi, presenterà la collezione di debutto del suo brand eponimo, Achilles Ion Gabriel, alle ore 12.00 di giovedì 11 gennaio alla Stazione Leopolda. Definito dagli addetti ai lavori come "the surrealist footwear designer behind Camper and Camperlab", Achilles Ion Gabriel metterà in scena, con una sfilata cool e coinvolgente alla Stazione Leopolda, la collezione FW 2024. Un progetto immersivo e gender neutral di capi ready to wear, calzature e accessori.

### **Ricerca e cultura della moda**

#### **VELVET MI AMOR di Stefano e Corinna Chiassai**

Stefano e Corinna Chiassai, padre e figlia, entrambi stilisti, presentano alla Fortezza da Basso un progetto – installazione allo Spazio Carra interamente dedicato al velluto, stoffa antica che nei secoli si è trasformata acquisendo - attraverso nuove lavorazioni - performance sempre maggiori. VELVET MI AMOR è anche il titolo di uno splendido volume edito da Dario Cimorelli Editore, che accompagna una collezione di capi in cui i due designer sperimentano sul velluto giochi di volumi e tecniche di stampa fotografica.

In programma una presentazione del libro all'Unicredit Theatre (Sala della Scherma, Fortezza da Basso) a cura di Stefano e Corinna Chiassai, mercoledì 10 gennaio alle ore 14:30. Seguirà una visita dell'installazione allo Spazio Carra.



## **PITTI Mags**

### **Il nuovo progetto di Pitti Immagine sulle riviste indipendenti e da collezione**

Tra le novità assolute di questa edizione c'è PITTI Mags, una speciale edicola alla Sala delle Nazioni, nel percorso della sezione Superstyling, che presenterà oltre 100 riviste, una selezione curata da Frab's Magazines. Un'edicola vera, tutta blu, con le riviste indipendenti più belle da ogni parte del mondo: arte, architettura, design, moda, arredamento, cibo, cosmesi, musica, letteratura, tecnologia, wellness, sport, outdoor, life-style... Tutte riviste con un mix singolare di idee, angolazioni, stili di scrittura, progetti grafici, reti di collaboratori che nessun'altra impresa editoriale può eguagliare per varietà, mobilità e sensibilità. Oggetti da collezione, desiderati, ricercati, da avere ad ogni costo. *(vedi comunicato dedicato)*

## **GREEN TALK: frontiere della moda sostenibile**

Martedì 9 gennaio, alle ore 15.30 all'UniCredit Theatre (Sala della Scherma) va in scena **GREEN TALK: frontiere della moda sostenibile**, conversazione che si propone di fare il punto su una serie di aspetti e prospettive cruciali della sostenibilità nella moda: dal come si produce un prodotto di lusso in modo sostenibile, alla ricerca sui materiali e le tecnologie innovative, dalle sfide e le criticità per un brand emergente che si affaccia sul mercato, alle forme di supporto ai talenti del domani, ai programmi ESG di uno dei più importanti player del sistema finanziario Italiano, fino alla concreta realizzazione di una strategia circolare.

In conversazione **Claudio Marenzi** (CEO Herno), **Christian Tubito** (Director di Kering Mil Italia), **Martina Boero** (Founder di Cavia) e **Patrizio Regis** (ESG Strategist di UniCredit); conduce **Giorgia Cantarini** (fashion journalist, curatrice del progetto S|Style).

L'ottava edizione di **S|STYLE sustainable style**, in collaborazione con **Kering Material Innovation Lab (Kering MIL)** è in programma il prossimo giugno, in occasione di Pitti Immagine Uomo n. 106.

## **Highlights @ Pitti Uomo 105**

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

### **\_ WOOLRICH**

L'iconico brand torna a Pitti Uomo per presentare la nuova collezione e le novità del suo mondo, con uno spazio indipendente nel Piazzale Centrale della Fortezza.

### **\_ FAY ARCHIVE**

Il marchio FAY, con il progetto FAY Archive che riporta al DNA del brand e alla sua spiccata attitudine workwear, partecipa per la prima volta a Pitti Uomo negli spazi della Polveriera con un concept scenografico ideato in collaborazione con lo studio dell'architetto Andrea Caputo.

### **\_ WP LAVORI IN CORSO**

WP porta a Pitti Uomo le novità dei brand **Barbour**, **Filson** e **Blundstone**. **Barbour x Baracuta**: i due marchi "English style" collaborano per la seconda volta insieme alla realizzazione di una capsule collection per l'autunno-inverno 2024, che unisce la One and Only Original Harrington Jacket di Baracuta, la famosa G9, con lo stile iconico e i dettagli caratteristici di Barbour. Inoltre, verrà presentata anche la collaborazione tra **Barbour** e **Tokihito Yoshida** per una nuova declinazione nelle wax jacket. **Filson** presenterà le sue classiche borse evergreen oltre alle coperte di lana spessa dai toni rustici made in Usa e ai capispalla quali la Mackinaw, il Vest, le Down Cruiser, e in anteprima assoluta la nuova linea Filson Woman per la prossima stagione FW24. **Blundstone** presenterà, oltre ai modelli Classic e Vegan, anche gli Heritage, gli All Terrain e gli Active.

### **\_ BARBOUR E FLOWER MOUNTAIN**

Il prestigioso brand inglese di lifestyle, **Barbour**, e il rinomato marchio giapponese di calzature, **Flower Mountain**, si presentano per la prima volta insieme al Pitti con il lancio di un'esclusiva collaborazione per la stagione autunno-inverno '24.



## **\_ G-STAR RAW**

Il denim incontra il design nel nuovo progetto di G-STAR RAW, al rientro a Pitti Uomo. Il brand fa squadra con Marteen Baas, considerato uno dei creativi più influenti del ventunesimo secolo (i suoi lavori sono nelle collezioni del Moma di New York e nel Museo delle arti Decorative a Parigi). A Pitti Uomo, questa collaborazione verrà svelata attraverso una serie di opere d'arte, realizzate con gli scarti del denim e concepite per stupire e provocare. Una conferma della vocazione di G-STAR RAW all'innovazione e al rispetto delle persone e del pianeta. Perché "non c'è limite a quello che il denim può fare."

## **\_ BORSALINO**

Torna a Pitti Uomo il marchio che da sempre identifica modelli iconici di cappelli da uomo e da donna, simbolo di un'eleganza senza tempo.

## **\_ LYLE & SCOTT**

Lo storico marchio inglese di maglieria festeggia i suoi 150 anni di storia ed eccellenza, raccontandosi in uno spazio indipendente alle Costruzioni Lorenesi.

## **\_ ECOALF**

Il brand, che da oltre 15 anni è impegnato in prima linea nel rendere l'industria della moda veramente circolare, presenta una collezione che cattura i colori della natura durante i mesi più freddi.

## **\_ ROY ROGER'S**

Il marchio del denim ritorna agli anni '80 presentando l'iconico jeans 5 tasche arricchito con patches e stickers di grafiche appartenenti all'archivio del brand. A rafforzare l'immaginario di quegli anni è il denim utilizzato dal gusto retrò con effetto "sale e pepe" tipico di quella decade. Prosegue anche la collaborazione Roy Roger's x Dave's NY che propone modelli iconici del mondo workwear - vero punto d'incontro tra i due brands - declinati in tessuti di grande ricerca.

## **\_ BIKKEMBERGS**

Bikkembergs torna a Pitti Uomo in uno spazio in cui presenterà in anteprima lo stile e il design del nuovo concept store ideato per le prossime aperture monobrand. Inoltre, mercoledì 10 gennaio, andrà in scena una live performance espositiva con le nuove collezioni FW24, di tutte le categorie del brand, dall'abbigliamento alle calzature, passando per gioielli, underwear, accessori tessili, borse e accessori in pelle. Durante Pitti verranno anche esposte le collezioni di un nuovo partner.

## **\_ MANIFATTURA CECCARELLI 1998**

Manifattura Ceccarelli 1998 presenta in anteprima a Pitti Uomo il progetto "Water-repellent & Warm DENIM", una speciale capsule per l'Autunno-Inverno 2024 realizzata in collaborazione con Candiani Denim 1938 ed Halley Stevensons 1864. La nuova collaborazione sarà protagonista di un evento per stampa e buyer in programma mercoledì 10, alle ore 16.00 alla Sala delle Nazioni.

## **\_ DRYKORN**

Il contemporary fashion brand tedesco presenta la nuova collezione di abbigliamento e accessori, combinando look classici con elementi che esaltano unicità e sostenibilità.

## **\_ SNOWPEAK**

Il camping brand giapponese, che promuove la vita all'aria aperta come antidoto allo stress, oltre a presentare le sue novità ad I GO OUT, invita tutti a concedersi una pausa caffè in uno spazio esterno dentro la Fortezza, in un allestimento che rispecchia la sua filosofia.

## **\_ REPLUMÉ**

Nel Cortile del Cavaniglia, torna il brand sinonimo di piumini eco-sostenibili con lo speciale progetto "The Wounds of the Earth", che denuncia le condizioni del nostro Pianeta, attraverso un'installazione ispirata al Messner Mountain Museum, il museo realizzato al Plan de Coronas dallo studio Zaha Hadid.





## E tra le partecipazioni speciali in città:

### \_ VITALE BARBERIS CANONICO e CARUSO

In occasione del suo 360° anniversario, Vitale Barberis Canonico presenta "The Saxon Club", progetto che valorizza una materia unica: la lana Saxon Merino, progenitrice delle pecore merino australiane moderne, che vanta una qualità eccelsa e una storia regale. La presenta in purezza in una flanella, declinata in 10 fantasie che, ispirandosi ai volumi dell'archivio storico dell'azienda, rappresentano 10 tappe della storia ultracentenaria del Lanificio. Questo tessuto esclusivo è interpretato dalla tradizione sartoriale e dal saper fare di **Caruso**, in una special edition dell'iconica giacca Aida, che a Firenze sarà protagonista di un evento speciale alla Galleria Eduardo Secchi in programma nella serata di mercoledì 10 gennaio.

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

**Again, Aeterno Studio, Akman, Album Paris, Alpe Piano, Amaze, Antos, Barbour, Blue De Gènes, Boltey, Bonheur, Borsalino, Breda, Brightway, Brett Johnson, Channel Jumper, Cloth And Cut, Coltesse, Countrymade, Cutler and Gross, D1 Milano, Danner, Denham, Disario, Dynamic Gabba, Eckhaus Latta, Fat Moose, Fay Archive, GmbH, G-Star Raw, Gloverall, Guglielminotti, Guido Di Riccio, Hankalex, Helms, Ian Hylton, Inis Meain Ireland, Isabel Benenato, Jack Wolfskin, Kiefermann, Lagomoro, Lovat & Green, Mark Kenly Domino Tan, Marshall Artist, Maurizio Miri, McGeorge of Scotland, Minnessak, Monofoo, Numero Uno, Open Era, Ouest Paris, Paltò, Patchouli By Claudio Cutuli, Penfield, Reference, Regal, Replumé, Saucony, Shangri-La Heritage, Stefan Cooke, Subu, Sunhouse, The Shoe Of Life By H.Katsukawa, Toga Pulla, Toga Virilis, Valette Studio, Woolrich, Yves Salomon.**

## Le collaborazioni internazionali in Fortezza da Basso

Si amplia il capitolo delle collaborazioni internazionali a Pitti Uomo che a questa edizione porterà in Fortezza anche un'interessante selezione di brand tedeschi. Tornano, dopo la pausa estiva, le aziende giapponesi leader nella lavorazione della pelle, e confermata, infine, le presenze di due progetti diventati di riferimento come Scandinavian Manifesto e J<sup>∞</sup>Quality.

### \_ La novità: NEUDEUTSCH

Alla new wave del design made in Germany è dedicato NEUDEUTSCH, progetto creato per Pitti Uomo da Julian Daynov, creative director e trend scout. Uno speciale showcase, nella Sala delle Nazioni, mostrerà capi, oggetti di design e proposte lifestyle firmati da 17 brand, portando in Fortezza le atmosfere e la creatività della scena tedesca più contemporanea. Uno speciale cocktail di presentazione per stampa e buyer è in programma mercoledì 10 gennaio alle ore 12.00.

Ecco i nomi dei protagonisti: **Acceptance Letter Studio, Avenir, Budde, Equality Perfumes, FRNKOW, Haderlump, Hernán, International Citizen, J'ai mal à la tête, Marke, Muti, NOAM, New Tendency, OBS, Oftt, Oor, Sarah Illenberger, Sawade, Sebastian Herkner.**

*(vedi comunicato dedicato)*

### \_ 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, alle Costruzioni Lorenese, focus su una nuova selezione di brand frutto della partnership tra **Pitti Uomo** e **Ciff x Revolver**, piattaforma fieristica di riferimento per i brand moda scandinavi in scena a Copenaghen.

I brand protagonisti sono: **Adnym, Annarr, Aveny, J. Lindeberg, Les Deux, Isnurh, Mark Kenly Domino Tan, Past Tense, Rue De Tokyo, The Original Playboy, Won Hundred.**

### \_ J<sup>∞</sup>QUALITY

J<sup>∞</sup>QUALITY FACTORY BRAND PROJECT, il progetto che riunisce 12 realtà manifatturiere giapponesi certificate J<sup>∞</sup>QUALITY, torna a Pitti Uomo con uno spazio al Piano Attico del Padiglione centrale. Anche a questa edizione, la presentazione delle eccellenze dell'artigianalità giapponese sarà curata da



Hirofumi Kurino (Humanos e senior advisor di United Arrows), e da Masato Koyama, designer e fondatore del brand HEUGN. Protagonista anche la terza stagione del progetto “*New Chapter of Italia X Japan. AMC produced in Japan*”, sempre lanciato da Mr. Kurino, che vede la collaborazione di due realtà produttive giapponesi impegnate nella realizzazione di una capsule collection del designer italiano Aldo Maria Camillo.

## **\_ JAPAN LEATHER SHOWROOM**

“Creatività, sostenibilità e artigianato” è il tema del progetto guidato dal Ministero giapponese dell'Economia, del Commercio e dell'Industria (METI) che promuove la produzione sostenibile nell'industria della pelletteria in Giappone, e che porta a Pitti Uomo una speciale selezione di quattro brand di accessori in pelle. Nella Sala delle Nazioni, all'interno della sezione Superstyling, **Japan Leather Showroom** apre così una finestra sulle realtà dell'artigianato made in Japan più interessanti e virtuose, capaci di unire design e sostenibilità. I brand protagonisti sono: **Brightway, Numero Uno, Regal Shoe&Co, The Shoe of Life by H.Katsukawa.**

## **\_ CONSINEE X VITELLI**

Consinee Group Co., LTD, il gruppo cinese leader nel mercato dei filati pregiati da filiera certificata e sostenibile, torna a Pitti Uomo 105 dopo la “prima” all'edizione di giugno 2023. Alla Fortezza da Basso, in anteprima esclusiva debutta *Cashmere Trail*, un progetto e una speciale collaborazione tra Consinee e Vitelli, il marchio italiano di maglieria sperimentale e responsabile guidato dal fondatore e direttore creativo Mauro Simionato. Al primo piano delle Costruzioni Lorenese, un layout dalle atmosfere immersive introduce alla capsule di 10 capi in cashmere, in puro stile Vitelli, realizzata interamente con filo di recupero selezionato tra le rimanenze stagionali dello stock Consinee. La presentazione speciale per stampa e buyer andrà in scena mercoledì 10 alle ore 11.00.

## **\_ DETROITISSIMI**

Dopo il debutto alla scorsa edizione, cresce il progetto speciale Detroitissimi che porterà alle Costruzioni Lorenese un collettivo di brand basati a Detroit - Michigan, importante distretto manifatturiero di abbigliamento e accessori. Sale a 8 il numero delle realtà protagoniste per altrettanti brand scelti come testimonial della creatività made in Detroit, dal denim handmade agli accessori, dai tagli sartoriali allo streetwear sostenibile. Partner fondamentale del progetto è il College for Creative Studies (Ccs), istituzione di primo piano che svolge un ruolo chiave in ambito educativo e culturale nella comunità di Detroit. In programma anche un drink per stampa e buyer mercoledì 10 dalle 14.00 alle 17.00. I brand protagonisti sono: **B. May Bags, Boswell Millinery, Detroit Denim Co., Deviate, High's Adventure Gear, K. Walker Collective, Modern Athlete, Stormy Kromer.**

## **\_ PROMAS**

Torna il focus speciale sulla creatività made in France grazie alla collaborazione con Promas French Menswear Fédération e DEFI, l'organizzazione per lo sviluppo del menswear francese, che ha lanciato Promas LIST, piattaforma per far dialogare direttamente buyer e brand. A Pitti Uomo 105 è presente una nuova selezione di marchi francesi, tra questi al debutto al salone nomi come **Ouest Paris** e **Valette Studio.**

## **E ancora tra le speciali collaborazioni internazionali:**

### **\_ POLIMODA x NO NATION FASHION**

#### **“7,689 km – from Kabul to Berlin”**

Il brand No Nation Fashion - nato come progetto sociale per sostenere l'inclusione dei migranti e la creazione di società resilienti e sostenibili, su iniziativa dell'agenzia **IOM International Organization Migration delle Nazioni Unite** - lancia una capsule collection di sei outfit in collaborazione con il **Polimoda** e con i suoi studenti. Il progetto ha l'obiettivo di promuovere una moda che attraversi i confini e metta in relazione i popoli e le culture. 7,689 km sono quelli da Kabul attraverso la Bosnia ed Erzegovina fino a Berlino, percorsi dai migranti in un viaggio verso una vita migliore. La collezione sarà presentata in Fortezza alla Sala delle Nazioni con un'installazione a cura di Polimoda e IOM (International Organization Migration), e si etrà anche una speciale presentazione per stampa e buyer martedì 9 gennaio alle ore 15.00.



## In Fortezza in collaborazione con Pitti Immagine:

### \_ HISTORES a Pitti Uomo 105

L'associazione che raggruppa 45 multibrand torna alla Fortezza da Basso con uno spazio dedicato, dove verrà presentato Hindustrie, il brand di casa Histores. Forti dell'esperienza acquisita dalle collaborazioni con Herno, Fedeli, Paul&Shark, Kired, così come con altri brand menswear e womenswear, l'associazione cresce e si fortifica attraverso la solida rete di relazioni tra gli associati, il cui confronto è motivo di spinta e miglioramento per tutti, soprattutto in una stagione non semplice, non solo per il mondo retail ma per tutta la filiera. "Histores è business e famiglia insieme: è incredibile quanto il legame, la simpatia che ha raggruppato alcuni di noi più di tre anni fa, in piena pandemia, si siano evoluti in un legame che diventa quotidiano scambio di esperienza e professionalità, sostegno, crescita personale, lavorativa e non solo. E questo fa la differenza. Siamo felici di tornare a Pitti e lo facciamo più forti che mai: sappiamo di non essere soli in un periodo così difficile." dice Marco Inzerillo Presidente Histores. Nei giorni della manifestazione si svolgerà l'assemblea dei soci con la presentazione delle nuove capsule, e uno speciale cocktail-evento in collaborazione con Pitti, lunedì 8 gennaio.

### \_ 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.

## Le iniziative delle scuole di moda in città

### **POLIMODA presenta AN/ARCHIVE EVENT ONE**

In occasione di Pitti Uomo 105, dal 9 all'11 gennaio negli spazi della Manifattura Tabacchi, Polimoda offrirà un'anteprima del futuro centro di ricerca dedicato allo studio della moda, che rivoluzionerà il concetto e l'esperienza di archivio. AN/ARCHIVE EVENT ONE si svilupperà attorno al tema *The Body* in un'esperienza multidisciplinare, offrendo una coinvolgente esplorazione del rapporto tra moda e corpo umano. L'evento accoglierà opere di moda, designer, artisti e ricercatori di diverse discipline, dall'arte olfattiva alla coreografia, in dialogo con l'esposizione di capi iconici di grandi designer contemporanei, oltre a un nutrito programma di incontri.

### **ISTITUTO MARANGONI FIRENZE**

#### **presenta DIS-CYCLING in collaborazione con PARDGROUP e CARTIER**

Gli studenti di Istituto Marangoni Firenze, sotto la guida del visual artist Maurizio Galimberti, realizzeranno tre installazioni per la boutique Cartier di via Strozzi, utilizzando materiali di scarto forniti da Pardgroup e provenienti da allestimenti precedenti del brand. Un progetto che mira a promuovere la sostenibilità, unendo arte, moda e innovazione e ponendo l'accento sull'upcycling come fulcro del processo creativo. L'installazione integrerà alcune delle creazioni iconiche di Cartier ai fotomosaici realizzati da Galimberti. Dal 9 al 14 gennaio, Boutique Cartier (via Degli Strozzi, 36R, Firenze).

### **BREAKING THE MOULD**

#### **Il nuovo progetto creativo a cura di GINORI 1735 e IED FIRENZE**

Così, il 10 gennaio prossimo, personalità influenti nel mondo del design, della moda e dell'editoria racconteranno il loro pensiero su formazione, futuro, moda e intelligenza artificiale, in un simposio culinario-creativo, appositamente allestito nel giardino d'inverno della boutique GINORI 1735 a Firenze (via dei Rondinelli 17r). A fare da cornice alla conversazione creativa, l'estro degli studenti dell'Istituto Europeo di Design di Firenze che per l'occasione, hanno ideato quattro potenti e inaspettate mise en Place dedicate a tutti gli ospiti e clienti della boutique GINORI 1735.

### **Tra le iniziative in città segnaliamo:**

\_ mercoledì 10 gennaio (dalle ore 18.00) il "*Captain Blues - Live Music Party*" presentato da **Blues Barber - Proraso e Captain Santors** alla Manifattura Tabacchi (Via delle Cascine 35).



# PITTI IMMAGINE UOMO

[Guarda il calendario completo di Pitti Uomo 105 per tutti gli eventi:](#)

<https://uomo.pittimmagine.com/it/events-calendar>

## **PITTI CONNECT**

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

Su [uomo.pittimmagine.com](https://uomo.pittimmagine.com)

*The Pitti Crew*  
*wears*  
**FLOWER MOUNTAIN and REPLUMÉ**

**Pitti Immagine ringrazia il brand di calzature giapponese, ispirato ai cicli della natura, FLOWER MOUNTAIN e il marchio italiano REPLUMÉ, noto per il suo “Piumino” moderno, realizzato in modo del tutto naturale ed eco-sostenibile, per il contributo nel vestire The Pitti Crew a questa edizione dei saloni.**

*special grant*

[madeinitaly.gov.it](https://madeinitaly.gov.it)



Ministero degli Affari Esteri  
e della Cooperazione Internazionale



*main partner*

