



PITTI IMMAGINE UOMO

PITTI UOMO 107
Firenze, Fortezza da Basso
14-17 gennaio 2025

**La nuova edizione della più ambita manifestazione
del menswear mondiale**

FIRE è il tema del gennaio 2025

**I protagonisti del vestire maschile e del lifestyle presenteranno
le collezioni Autunno/Inverno '25**

786 brand, di cui il 45% esteri
Setchu e MM6 Maison Margiela
sono i due guest designer.

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

L'edizione invernale di Pitti Uomo, la numero 107, si svolgerà **alla Fortezza da Basso di Firenze dal 14 al 17 gennaio 2025**. In questi giorni, come in una grande vetrina, si accenderanno le luci sulle collezioni **Autunno/Inverno 2025 di circa 790 brand, di cui il 45% esteri**.

Pitti Uomo è un viaggio alla scoperta del menswear e delle sue evoluzioni, il palco sul quale presentare novità, idee e progetti di collaborazione: attraverso un percorso suddiviso in cinque sezioni (Fantastic Classic, Futuro Maschile, Dynamic Attitude, Superstyling e I Go Out) e un programma selezionato di eventi speciali, esso offre una visione completa delle tante anime della moda maschile.

Due i guest designer di questa stagione: Satoshi Kuwata sceglie Firenze per il primo vero e proprio fashion show del suo marchio Setchu, mentre MM6 Maison Margiela crea in esclusiva per Pitti Uomo una collezione 100% menswear. E molti altri saranno i progetti inediti presentati in Fortezza, anche attraverso collegamenti con l'arte e la fotografia, dai marchi di riferimento alle operazioni di ricerca più innovative e al mondo lifestyle, sempre più determinante.

“La moda sta vivendo una complessa fase di transizione - **commenta Raffaello Napoleone, amministratore delegato di Pitti Immagine** - che noi di Pitti Immagine non possiamo limitarci a osservare: dobbiamo darne un'interpretazione, tradurla in scelte di mercato e contenuti di comunicazione, anche rischiando. Abbiamo spinto, per esempio, più che in passato, sul mix merceologico, mescolando in modo audace le carte tra fashion e lifestyle. Abbiamo poi deciso di dedicare un'attenzione speciale alla cultura del *running* come fenomeno di integrazione orizzontale di una comunità ideale, non solo di consumo: potrà fare da riferimento per progetti analoghi ispirati ad altre tendenze, scommettendo su quelle destinate a lasciare un segno riconoscibile. Altrettanto interessante è lo spazio riservato alle collaborazioni internazionali curate da altre organizzazioni promozionali: è una peculiarità del salone che, in questo modo, esplora seleziona e cataloga ciò che di più rilevante sta accadendo nel mondo della moda”.

**Il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale e Agenzia ICE
per i saloni moda Pitti Immagine 2025**

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 2025 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 nel portare a Firenze la comunità dei buyer più influenti della moda e del lifestyle uomo, e 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 è Main Partner di Pitti Immagine

Dal 2020 UniCredit è al fianco di Pitti Immagine come main partner dei suoi saloni, portando idee, progetti e risorse allo scopo di sostenere lo sviluppo dei territori e dell'eccellenza produttiva e di mercato del Made in Italy che si rappresenta nei saloni di Pitti Immagine.

Un percorso adesso arricchito da un focus sulla formazione grazie alla creazione di **CFMI Academy**, nata a gennaio 2024 dalla partnership tra Centro di Firenze per la Moda Italiana, Pitti Immagine e UniCredit. Un progetto che, grazie a un nuovo bando, evolve da momento formativo seminariale a percorso di ricerca progettuale, per dare impulso alle idee imprenditoriali e lanciare una nuova generazione di creativi, progettisti e imprenditori nella moda, un settore chiave del Made in Italy interessato da molteplici cambiamenti.

"CFMI Academy conferma l'attenzione e il sostegno – spiega **Stefano Gallo, responsabile Territorial Development di UniCredit** - che la banca riserva su più fronti a questo comparto di punta del Made in Italy. Il supporto alla nuova imprenditorialità è parte della nostra missione di business, così come sostenere le innovazioni che possono abilitare le aziende del settore in percorsi di evoluzione digitale, tracciabilità della supply chain e verso modelli di economia circolare. Attraverso l'Academy vogliamo contribuire a sviluppare in concreto le competenze imprenditoriali dei ragazzi, portandoli a sperimentare in prima persona le sfide e le soddisfazioni dell'avvio di un'impresa. Mettendo a disposizione il know how dei nostri professionisti, li accompagneremo in uno step importante, propedeutico alla formazione di una nuova generazione di talenti creativi, capaci di lasciare il segno nell'industria italiana della moda vincendo le sfide dell'innovazione e della sostenibilità".

Il prossimo appuntamento di **CFMI Academy è in programma a Firenze, in Fortezza da Basso, giovedì 30 gennaio 2025**, giornata conclusiva della 96esima edizione di **Pitti Immagine Filati (28-30.01.2025)**.

I Buyer

Dai più importanti department store, dalle boutique, dai negozi di ricerca e dai concept store di tutto il mondo arriveranno i top buyer più influenti.

Ecco alcuni dei loro nomi già confermati: **10 Corso Como** (Corea); **2nd Academic Store** (Gran Bretagna); **Abba** (Italia); **Adptmode** (Gran Bretagna); **Agiemme** (Italia); **Alessandrelli** (Italia); **Ali Bin Ali** (Qatar); **Alshaya** (Kuwait); **Altitude** (Canada); **Aquerreta** (Spagna); **Autograph** (Gran Bretagna); **Auzmendi** (Spagna); **Avart** (Svizzera); **B1OCK** (Cina); **Barneys** (Giappone); **Beaker** (Corea del Sud); **Beams** (Giappone); **Beymen** (Turchia); **Bergdorf Goodman** (Stati Uniti); **Block** (Cina); **Bloomingdale's** (Stati Uniti); **Bodega** (Stati Uniti); **Boyds** (Stati Uniti); **Boyner Group** (Turchia); **Braun Hamburg** (Germania); **Breuninger** (Germania); **Brown Thomas** (Irlanda); **Bungalow** (Germania); **Cina Vercesi** (Italia); **Clemente Candido & Figli** (Italia); **Code 7** (Russia); **Coraggio Boutique** (Kazakistan); **Corner 106** (Russia); **Crocus Group** (Russia); **Cuccuini** (Italia); **Cupertino** (Italia); **Daimaru Matsuzakaya Department Stores** (Giappone); **Dantendorfer** (Austria); **David Jones** (Australia); **DeLuis** (Spagna); **DFS La Samaritaine** (Francia); **Doe** (Cina); **Dover Street Market** (Gran Bretagna); **End Clothing** (Gran Bretagna); **Eng** (Cina); **Flanella** (Italia); **Fourm Lounge - The Handsome Group** (Corea del Sud); **Frida** (Germania); **Galleries Lafayette** (Cina); **Galleries Lafayette** (Francia); **Gallerie LaFayette Dubai Mall** (Emirati Arabi Uniti); **Gaudenzi Boutique** (Italia); **Gestimoda** (Italia); **Giulio** (Gran Bretagna); **Globus** (Svizzera); **GRAENICHER** (Svizzera); **Guarini** (Italia); **H Lorenzo** (Stati Uniti); **Hankyu Hanshin** (Giappone); **Harrods** (Gran Bretagna); **Harvey Nichols** (Gran Bretagna); **Harvey Nichols Doha** (Qatar); **Highsnobiety** (Germania); **Hirmer** (Germania); **Holt Renfrew** (Canada); **Idrisi** (Spagna); **Isetan Mitsukoshi** (Giappone); **Itochu Italiana** (Italia); **Itochu Osaka** (Giappone); **Janes** (Portogallo); **Jean Pierre Bua** (Spagna); **John Lewis** (Gran Bretagna); **Kilto** (Italia); **Layers** (Gran Bretagna); **Level Shoes** (Emirati Arabi Uniti); **Lodenfrey** (Germania); **Lorenz Bach** (Svizzera); **Lukse** (Russia); **Lux Commerce** (Kazakistan); **M69** (Spagna); **Machine A** (Gran Bretagna); **Marinotti** (Italia); **Marks & Spencer** (Gran Bretagna); **Marubeni Corporation** (Giappone); **Michele Inzerillo** (Italia); **Mida** (Italia); **Mida (Rione Fontana)** (Italia); **Milani Spinazzè** (Italia); **Minetti** (Italia); **Moda404** (Stati Uniti); **Modestamente Group** (Bulgaria); **Monn** (Svizzera); **Morini** (Italia); **Mr Porter** (Gran Bretagna); **Mytheresa** (Germania); **Neiman Marcus** (Stati Uniti); **Neom** (Emirati Arabi Uniti); **Newseum** (Germania); **Nk Herrekipering** (Svezia); **Noha** (Italia); **Nordstrom** (Stati Uniti); **Norse** (Danimarca); **Onward Kashiya** (Giappone); **Onyx** (Italia); **Peek & Cloppenburg** (Germania); **Peggs & Sons** (Gran Bretagna); **Pizzolante** (Italia); **Pockets** (Gran Bretagna); **Printemps** (Francia); **Quadrifoglio Consulting** (Italia); **Radiance Blue** (Cina); **Ramiro Diaz** (Spagna); **Richard Gelding** (Gran Bretagna); **Rinascente** (Italia); **Reiss** (Gran Bretagna); **Reyer Sport Und Mode** (Austria); **Road Sign** (Taiwan); **Robert**



PITTI IMMAGINE UOMO

Old (Gran Bretagna); **Rosa & Teixeira** (Portogallo); **Royal Men Boutique** (Romania); **Rustan** (Filippine); **Sadko** (Ucraina); **Saks Fifth Avenue** (Stati Uniti); **Salvatore Schito** (Svizzera); **SAM GG/Tessabit** (Italia); **Santa Eulalia** (Spagna); **Sarto** (Malta); **Selfridges** (Gran Bretagna); **Ships** (Giappone); **Silver Deer** (Messico); **SKP** (Cina); **Smets** (Belgio/Lussemburgo); **SNS** (Gran Bretagna); **Sok Consumer Goods** (Finlandia); **Sole Trader** (Gran Bretagna); **Sportivo** (Spagna); **Stella Boutiques** (Italia); **Stiesing** (Germania); **Takashimaya** (Giappone); **Takashimaya Italia** (Italia); **Tatum** (Italia); **The Business** (Gran Bretagna); **The Superior Shop** (Stati Uniti); **The Webster** (Stati Uniti); **Tonic** (Gran Bretagna); **Trends** (Taiwan); **Triple Major** (Cina); **Trunk** (Gran Bretagna); **Tsum** (Russia); **Tufano** (Italia); **United Arrows** (Giappone); **Vestil** (Italia); **Voo store** (Germania); **Wagener Modehaus** (Germania); **Wako** (Giappone); **Workout** (Corea del Sud).

FIRE:

il nuovo tema dei saloni invernali di Pitti Immagine

A gennaio, i saloni invernali di Pitti Immagine scelgono l'elemento unificante del fuoco per esprimere le caratteristiche e lo spirito della prossima stagione: **FIRE** è il tema che contraddistingue le nuove campagne adv, coordinate dal **creative director Angelo Figus** con l'**editing grafico di Alessandro Gori**. La campagna **"I'm on FIRE"** per Pitti Uomo è stata interpretata dal **fotografo Andrea Ariano**: quattro ritratti maschili fiammeggiano restituendo a chi guarda un'immagine emozionale, calda e sensuale che, nella miniclip che accompagna la campagna, acquista un leggero movimento, come una fiamma che arde. FIRE ispirerà anche gli **allestimenti in Fortezza da Basso, curati da Alessandro Moradei**. "E' il riconoscimento della forza generativa di questo elemento primo", **commenta Agostino Poletto, direttore generale Pitti Immagine**. "Il fuoco riunisce e scalda i corpi e le anime, attrae l'attenzione e segnala la direzione, serve a giocare, a meravigliare, a ispirare, a fondere vecchie idee e abitudini e a forgiarne di nuove. Come fa la moda. Faremo scintille, accenderemo desideri, metteremo a fuoco problemi e proposte. Come fa sempre Pitti Uomo». *(vedi comunicato dedicato)*

I brand protagonisti

786 i brand in totale

dei quali il 45% circa proviene dall'estero

Tutti i brand che partecipano a Pitti Uomo 107 alla Fortezza da Basso sono anche presenti nella piattaforma digitale Pitti Connect.

Il percorso di Pitti Uomo

La Fortezza da Basso, come un grande department store, accoglie gli espositori di Pitti Uomo offrendo ai visitatori un mix di brand e di generi che intercetta e soddisfa le esigenze del mercato. Sono confermate le cinque sezioni - **Fantastic Classic, Futuro Maschile, Dynamic Attitude, Superstyling e I Go Out** – che presentano le collezioni Autunno/Inverno 2025: dal classico all'informale, passando per il mondo della ricerca e dell'outdoor. A queste si aggiunge la novità di questa edizione **Knees Up Running Space @ Pitti Uomo 107**.

La novità!

Knees Up Running Space @ Pitti Uomo 107

Knees Up Running Space è il progetto al debutto a questa edizione realizzato in collaborazione con **Knees Up**, che prenderà forma all'interno della sezione I Go Out. Un allestimento speciale che presenta uno dei più significativi fenomeni di costume e sociali degli ultimi anni: la passione per la corsa, un'attività che aggrega vere e proprie community attente al benessere ma anche allo stile.

Knees Up è infatti uno spazio multifunzionale che nasce a **Londra** dall'intersezione tra moda, running ed eventi. È una destinazione fisica e digitale: caffetteria, bar, shop con una selezione di marchi giovani ed elettrizzanti, e insieme luogo in cui incontrarsi, seguire corsi e talk, assistere a lanci e presentazioni fashion. A Pitti Uomo, Knees Up Running Space sarà luogo di aggregazione per chi vuole vivere e scoprire **una visione unica della scena running contemporanea**, e accenderà i riflettori su un'accurata selezione di brand emergenti e altri più affermati, in arrivo da ogni angolo del globo. In scena accessori e abbigliamento con caratteristiche uniche, perché simbolo di un nuovo modo di vivere il running, il design e lo stile.

Tra i brand protagonisti ci sono: **Alex Zono, Kuta Distance L.A.B, Nnormal, Portal, Raide Research, SOAR, TIEMPOS™, Unna**.



Le 5 sezioni

FANTASTIC CLASSIC

L'evoluzione del classico nella sua declinazione più aggiornata ed esclusiva. Dalle aziende icona del Made in Italy all'eccellenza del tailoring internazionale. È un viaggio attraverso le forme e i materiali del guardaroba classico, senza lasciare indietro la connessione al contemporaneo. Punto d'arrivo, outfit impeccabili e capi formali da vivere al presente e insieme destinati a durare. Uno stile per il gentleman di oggi e di ieri, ritmato dai canoni di un'eleganza senza tempo.

Tra i brand di FANTASTIC CLASSIC: **04651/ A Trip in a Bag; Alberto Luti; Alessandro Gherardi; Amerigo Vespucci Collection by Marina Militare; AT.P.CO; Barmas; Belvest; Billionaire; Bluemint; Bob; Bomboogie; Brett Johnson; Briglia 1949; Brunello Cucinelli; Caruso; Crockett & Jones; Cruna; Damat Tween; Digel; Doriani Cashmere; Doucal's; Dressler; Edward Green; Emanuele Maffei dal 1958; Eton; Fabi; Felipe Fiallo; Fox Umbrellas; FTC; Gabriele Pasini; Gran Sasso; Guglielminotti; Herno; Herno Laminar; Jamieson's of Shetland; Joseph Cheaney & Sons; Kired; L.B.M. 1911; Leathersmith Of London; L'impermeabile; Loake; Lorenzoni; Luigi Bianchi; Luis Trenker; Mackintosh; Manuel Ritz; Manzoni24; Marco Pescarolo Napoli; Munro Tailoring; Nobis; Paoloni; Paul & Shark; People of Shibuya; Piacenza 1733; Piquadro; Robert Talbott; Roy Roger's; Sand Menswear; Sartorio; Sonrisa Camiceria Uomo; Stefano Ricci; Stetson; Stuart Weitzman; Studio Seidensticker; Suns; Svevo; Tateossian London; Tatra; TBD Eyewear; Tintoria Mattei; TMB; Tombolini; Tramarossa; Valsport; Xacus.**

FUTURO MASCHILE

L'universo contemporary menswear nelle sue mille espressioni diverse. Futuro Maschile è, per definizione, l'area dove il classico contemporaneo mixa la ricerca: accostamenti, influenze creative e nuove atmosfere. Obiettivo, disegnare una visione completa del menswear più consapevole ed evoluto: una selezione di brand aperti alla contaminazione di stili, ad un'eleganza che guarda oltre il formale. Dai capispalla tecnici ai pantaloni sartoriali, dagli accessori hand made al luxury knitwear e ai progetti green.

Tra i brand di FUTURO MASCHILE: **Alan Scott; Arma; Avant Toi; Bonastre; Caleb Paris; Cohérence; De Bonne Facture; Denobiliaryparticle; D-Vec; Faliero Sarti; Felisi; G.R.P.; Hannes Roether; Henderson; Heschung; Hestra; Hidesign; Hul Le Kes; Ikiji; Inis Meáin Ireland; Isabel Benenato; J[∞]quality; Jacques Solovière Paris; John Smedley; Kiefermann; Lisa Yang; Lodenfrey; Ma' Ry' Ya; Magazzino Ricambi; McGeorge of Scotland; Mii; Nine: Inthe: Morning; Paraboot; Paul & Joe; Premiata; Ring Jacket; Roberto Collina; Scaglione; Stefan Brandt; Teclor; Tela Genova; Timothée Paris; Tricker's; Viberg; Zen.**

DYNAMIC ATTITUDE

La passione lifestyle verso il dinamismo è il motore delle collezioni in scena a Dynamic Attitude. Protagonista, una serie di brand riconosciuti per la loro capacità di fondere sensibilità contemporanea, inclinazione sport e soluzioni streetwear. Libertà e comfort diventano diktat quotidiani a fianco della contaminazione tra modernità del design e vintage, dettagli innovativi e anima tecnologica.

Tra i brand di DYNAMIC ATTITUDE: **24bottles; Aeronautica Militare; Alphatauri; Anerkjendt; B.D. Baggies; Baracuta; Barbour; Bikkembergs; Blundstone; Berghaus; Cala 1789; Canadian; Champion; Copenhagen Studios; Crocs; Cycle; Dirty London; Duno; Ecoalf; Ellesse; Etonic; Filson; Gabba; Gas; Gaudi' Uomo; Goorin Bros.; Got Bag; G-Star Raw; Guess Jeans; Guess Man; HC; Henry Cotton's; Juicy Couture; Kangol; Karl Lagerfeld; Knt Kiton New Textures; Krakatau; Lotto Leggenda; MA.STRUM; Mc2 Saint Barth; Mou; Outhere; Plein Sport; Rag & Bone; Rodd & Gunn New Zealand; Sebago; SSeinse; Sun68; Superga; U.S. Polo Assn.; Voile Blanche.**

SUPERSTYLING

L'esplorazione di nuove temperature di stile, il talento nell'anticipare i trend. Focus su scelte estetiche fuori dagli schemi, supportate da un know-how sartoriale in costante dialogo con l'evolvere. Un'area concepita per intercettare nuovi mood e riflettere la varietà delle esigenze espressive. Una selezione internazionale di collezioni ad alto tasso creativo, riconoscibili anche per i tagli genderless e la vocazione stagionale.

Tra i brand di SUPERSTYLING: **#Whysocerealz!; A Leather; Again; Alfronce; Alpe Piano; Amaranto; American Vintage; Armor Lux; Astorflex; Berni; Bonheur; Campomaggi Outdoor; Captain Santors; Cookman; Coopettebros; Croots England; Daniele Alessandrini; Flower Mountain; Gallia Knit Project; Goldwin; H.Katsukawa Co.Ltd; Hankalex; Harris Wharf London; Haver Sack; Id.Eight; L.F. Lidfort; La Paz; Les Hommes White Label; Llosa; Manifattura Ceccarelli; Mooncastle; Mouty; Nanamica; Neutra; Noyoco; Onthebund; Open Era; Regal Shoe & Co; Resolute; Sanders; Six Coup De Foudre; Skarabeos; Story Wear; The Chino Revived; The Original Playboy 1936; The.Nim; The**



PITTI IMMAGINE UOMO

Mercer Brand; TRC; Twopointone; U-Dot; Unimatic; Valabasas; Veldskoen Shoes; Wasted by Potato Head; Wundercamera Wardrobe; Yuhaku; Zermatt.

I GO OUT

La passione per gli spazi aperti e gli sport legati alla natura incontra la ricerca stilistica più avanzata. È la sezione del salone che interpreta il mood contemporaneo dell'outdoor. Protagonista, una serie speciale di progetti e prodotti innovativi, sintesi armonica tra stile e performance, funzionalità e design ambizioso. Accanto, una proposta di oggetti ispirati alla filosofia environmentally friendly, con una creatività che guarda ad altre passioni, dal viaggio alla fotografia.

Tra i brand di I GO OUT: **7L System; Alex Zono; Allied Feather + Down; Côte&Ciel; Cotopaxi; Coxmoore; Danner; Db; Elliker; Endura Ltd; Equipement De Vie; Jack Wolfskin; Kahru; Keen; Kuta Distance L. Ab; Minnessak; Monofoo; Nnormal; Norda; Osprey; Pas Normal Studios; Portal; Quartz Co; Raide Research; Rrd Roberto Ricci Designs; Scandinavian Edition; Shore Studios; Snow Peak; Soar Running; Teva; Tiempos™; Unna; Uppervoid.**

I Guest degli Eventi Speciali

SATOSHI KUWATA - SETCHU

Guest Designer Pitti Uomo 107

Satoshi Kuwata, Founder e Creative Director di *SETCHU*, è *Guest Designer* di Pitti Immagine Uomo 107. Per l'occasione, il vincitore del *CNMI Fashion Trust Grant 2023* per designer indipendenti e dell'*LVMH Prize for Young Fashion Designer 2023*, presenterà il suo primo fashion show a Firenze.
(vedi comunicato dedicato)

MM6 MAISON MARGIELA

Guest Designer Pitti Uomo 107

MM6 Maison Margiela è *Guest Designer* di Pitti Immagine Uomo 107. Il brand avant-garde presenta una collezione maschile disegnata in esclusiva per questo evento, che si svolgerà in una location ancora da svelare.
(vedi comunicato dedicato)

Le collaborazioni internazionali in Fortezza da Basso

_ CHINA WAVE

Il meglio del contemporary menswear cinese torna in Fortezza da Basso grazie a CHINA WAVE, l'area speciale frutto della partnership tra Pitti Uomo e China National Garment Association. Negli spazi delle Costruzioni Lorenese, andranno in scena i brand e i designer selezionati per "CHIC In Pitti Uomo", iniziativa con la quale CHIC (China International Fashion Fair) vuole promuovere i brand cinesi che si contraddistinguono per qualità ed estetica. CHINA WAVE, tema scelto per questa partecipazione speciale, proporrà alla community internazionale di Pitti Uomo una selezione di brand d'eccellenza cinesi nell'abbigliamento maschile contemporaneo.

Tra i marchi già confermati ci sono: **Beauty Berry; Conp; Crying Center; East 18 Pole; Faceon Lab; Fenggy; Inxx; Label U; Ok Center; Sewmod; Steepc; Suwukou; Unix T.**

_ SCANDINAVIAN MANIFESTO

La ricerca moda più innovativa della scena nordica si presenta a Pitti Uomo da diverse edizioni nel progetto *Scandinavian Manifesto*, una delle più consolidate collaborazioni internazionali di Pitti Immagine. Anche a questo Pitti Uomo, alle Costruzioni Lorenese, va in scena lo showcase di una selezione di brand frutto della partnership tra **Pitti Uomo** e **Ciff**, piattaforma fieristica di riferimento per i brand moda scandinavi in scena a Copenaghen.

Tra i brand protagonisti già confermati ci sono: **Arkk Copenhagen, Brixtol Textile; Isnurh, Mkdtd Studio; Molebo, Nikben, Nn07, Rue De Tokyo, Sneaky Steve; Unifrom; Woodbird.**

E nel calendario eventi, anche uno speciale breakfast *Scandinavian style* dedicato a buyer e stampa.

_ J∞QUALITY

Quinta edizione per il progetto J∞QUALITY, curato dalla Japan Apparel and Fashion Industry Association (JAFIC) e con la consulenza speciale di Mr. Hirofumi Kurino. Focus sull'abbigliamento giapponese di qualità



PITTI IMMAGINE UOMO

e sulle aree di produzione del tessile e dell'abbigliamento. Il "**J[∞]QUALITY Factory Brand Project**" (**JQFBP**), per Pitti Uomo 107, ha selezionato alcune tra le migliori fabbriche da cui nascono collezioni rivolte al mercato globale. Masato Koyama, designer e fondatore del marchio Heugn, ritorna come direttore del design.

_ JAPAN LEATHER SHOWROOM

Torna il progetto "Creatività, sostenibilità e artigianato", 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 sei brand di accessori in pelle. Nella Sala delle Nazioni, Japan Leather Showroom apre così una finestra sulle realtà dell'artigianato made in Japan più interessanti e virtuose, capaci di unire design e sostenibilità. È in calendario anche un cocktail party dedicato al progetto.

I brand protagonisti sono: **A Leather, H.KatSukawa Co.LTD, Regal Shoe&Co, Six coup de foudre, U-Dot, Yuhaku.**

_ 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 107 è presente una nuova selezione di marchi francesi, tra questi nomi come **Adn Paris; Again; American Vintage; Armor Lux; Bernard Zins; Caleb Paris; Chapal; Coltesse; De Bonne Facture; Homecore; Lafaurie; Llosa; Mii; Mouty; Noyoco.**

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

#Whysocerealz!; -1 Nordic Denim; A Leather; Alex Zono; Alfronce; Barbour; Berni; Billionaire; Bramani Cashmere; Brixton Textile; Caleb Paris; Caliban; Cascinelli; Caterpillar; Champion; Cookman; Daniele Alessandrini; Danner; Db; Endura; Engels & Marte; Equipement De Vie; Filmore; Gaudi; G-Star Raw; Guess Man; Gxfab; Hankalex; Haver Sack; HC; Heschung; Hestra; Hidesign; Inis Meáin Ireland; Kahru; Karl Lagerfeld; Krakatau; Kuta Distance L. Ab; Lisa Yang; Llosa; Lodenfrey; MA.STRUM; Mackintosh; Maison Faret; Mark Kenly Domino Tan; Mouty; Nn07; Nnormal; Neutra; Nobis; Outhere; Pas Normal Studios; Paul & Joe; Plein Sport; Portal; Quartz Co; Raide Research; Ring Jacket; Rrd Roberto Ricci Designs; Sebago; Shore Studios; Soar Running; Story Wear; Stuart Weitzman; Techin; Tiempos™; The Mercer Brand; Tamarossa; Twopointone; U-Dot; Unifrom; Unna; Uppervoid; Veldskoen Shoes; Viberg; Wasted By Potato Head; Yuhaku; Zardus; Zen; Zermatt.

Highlights @ Pitti Uomo 107

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

_ RRD - Roberto Ricci Designs

RRD torna a Pitti Uomo negli spazi della Polveriera e mette in scena la nuova collezione FW 25/26, che presenta una visione innovativa attraverso una capsule completamente stitchless, concepita per chi ricerca stile e comfort senza compromessi. La collezione proporrà una selezione di pantaloni, capispalla e felpe, tutti realizzati con tecnologie all'avanguardia che eliminano le cuciture tradizionali. Ogni pezzo è progettato per garantire una vestibilità impeccabile e una libertà di movimento senza pari, incarnando così l'essenza di un abbigliamento evoluto.

_ BASICNET

A Pitti Uomo 107 in scena il marchio iconico delle scarpe da tennis SUPERGA, e a questa edizione - in uno spazio indipendente - anche la nuova collezione scarpe e abbigliamento di SEBAGO.

_ W.P. LAVORI IN CORSO

W.P. Lavori in Corso sarà a Pitti Uomo in uno spazio più grande e rinnovato. Presenterà le nuove collezioni dei suoi celebri brand: Barbour (*vedi paragrafo sotto*), Baracuta, Blundstone, Filson, Spiewak, BD Baggies.

_ BARBOUR

Il brand fondato nel 1894 e celebre per le sue giacche cerate porta a Pitti Uomo i frutti della collaborazione Barbour x Baracuta. Saranno esposte inoltre le linee uomo e donna Heritage Plus, Heritage Select, Modern



PITTI IMMAGINE UOMO

Heritage e Re-engineered. Un focus importante sarà sul footwear e sugli accessori. Nell'outerwear, spazio a nuovi pesi leggeri per i climi meno freddi.

_ HIDESIGN

Nella sezione FUTURO MASCHILE, un collettivo specializzato in workwear sartoriale presenta alcuni capi progettati per affrontare condizioni climatiche estreme. Come "AF WEAR", un dispositivo da indossare dotato del più piccolo ventilatore compatto al mondo. I materiali, sviluppati in collaborazione con Sumitomo Chemical Company, un importante produttore chimico, e con Moririn Co., una società di commercio tessile, regolano naturalmente la temperatura per un comfort in tutte le stagioni. Allo stand, nei giorni di Pitti Uomo, anche una speciale presentazione della collezione.

_ MACKINTOSH

Lo storico marchio inglese di impermeabili e cappotti torna a Pitti Uomo per presentare le nuove collezioni, come la Mackintosh Mainline, e il frutto delle collaborazioni con alcune delle principali aziende di moda. Da oltre 200 anni Mackintosh produce capispalla all'insegna dell'artigianalità, della competenza e della costante evoluzione del design.

_ GUESS JEANS e GUESS MAN

Guess sbarca in Fortezza da Basso con le collezioni dei suoi due brand: GUESS MAN (Spazio Orologio) e GUESS JEANS (Padiglione Ghiaia) che insieme incarnano il lifestyle della west coast americana e il futuro del denim nella rivoluzionaria interpretazione di Nicolai Marciano.

_ RAG & BONE

Recentemente acquisito dal gruppo Guess, il brand americano Rag & Bone partecipa per la seconda volta a Pitti Uomo con uno spazio indipendente al Padiglione delle Ghiaie. Rinomato per il suo stile autentico, in particolare nel denim, e per offrire capi che incarnano l'estetica newyorkese.

_ G-STAR RAW

In anteprima a Pitti Uomo 107, G-STAR RAW presenta "Digging to the Future", un'installazione che, reinventando i capi iconici del prezioso archivio storico, segna un nuovo inizio per l'iconico brand del denim, in scena al Magazzino 07. Una vetrina inaspettata che oltrepassa i confini del denim e che è solo la prima delle tante novità in arrivo per il brand.

_ ALPHATAURI

Alle Costruzioni Lorenese, il marchio lifestyle fondato da Red Bull presenta la collezione Autunno/Inverno 25 che, grazie alla tecnologia Wholegarment 3D-Knitwear, impiega un'ampia gamma di filati performanti. I capispalla sono realizzati con materiali resistenti alle intemperie e zone di isolamento mirate. Cappotti e giacche combinano esterni in lana naturale con una tecnologia isolante a 3 strati.

_ STUART WEITZMAN

Stuart Weitzman, leader da oltre 35 anni nel settore delle calzature luxury da donna, presenta la sua prima collezione uomo Autunno/Inverno 2025. La collezione unisce competenza tecnica e artigianalità italiane, stile, comfort e qualità, racchiusi in silhouette sofisticate e senza tempo.

Tre le linee: Club (mocassini e derby progettati per essere versatili e confortevoli); Première (mocassini e Oxford ultra glamour per le occasioni speciali); Resort (calzature pensate per il tempo libero e le vacanze).

_ NOBIS

Il brand canadese specializzato in capispalla e abbigliamento tecnico porta a Pitti Uomo capi innovativi, che uniscono estetica e funzionalità essendo progettati per affrontare le sfide del clima e sempre nuove avventure grazie a sistemi di protezione e prestazioni all'avanguardia.

_ TRAMAROSSA

Il brand storico dell'eccellenza italiana presenta la collaborazione con Abarth, un tributo alla velocità e all'artigianalità. **Tramarossa x Abarth** è una capsule in edizione limitata: ogni singolo capo nasce da un processo artigianale che coinvolge le mani esperte degli operatori, che plasmano il prodotto con la stessa cura e precisione con cui un meccanico Abarth perfeziona ogni componente di un motore sportivo. La pelle rossa, scelta per alcuni dettagli iconici dei capi, richiama l'interno delle auto Abarth, con il suo carattere distintivo che sa coniugare lo stile sportivo alla tradizione sartoriale.

_ PREMIATA



PITTI IMMAGINE UOMO

Il marchio di luxury shoes italiano PREMIATA, fondato nel 1885 a Montegranaro, si presenta a Pitti Uomo con la collezione uomo FW25, che unisce qualità artigianale e innovazione. Con una nuova linea di abbigliamento e la prestigiosa linea di calzature, PREMIATA esalta l'eccellenza del Made in Italy. Nella nuova collezione, in perfetto equilibrio tra eleganza e funzionalità moderna, piumini e bomber si alternano a cappotti di alta qualità, ideali per uno stile sofisticato, e maglieria e t-shirt completano l'offerta, con dettagli e uno stile distintivo e senza tempo.

_ ECOALF

Sebbene sia conosciuto per i suoi iconici capispalla realizzati con il filato del mare Ocean Yarn, in questa edizione di Pitti Uomo, Ecoalf presenterà una speciale capsule collection in lana riciclata al 100%, così morbida da sembrare puro cashmere. I capi fatti a mano sono progettati per diventare pezzi iconici e senza tempo.

_ PAUL & JOE

Debutto a Pitti Uomo, nella sezione Futuro Maschile, per il brand francese Paul & Joe, con il suo inconfondibile tailoring in equilibrio tra preppy e pretty.

_ OUTHERE

Il brand, recentemente acquisito da Facib, presenta in anteprima a Pitti Uomo la collezione Autunno/Inverno 25 "Own your time". Versatilità, funzionalità, impermeabilità, traspirabilità, termicità (uva e uvb) ed utilizzo della nanotecnologia sono le caratteristiche che contraddistinguono questo brand di nuova generazione, la cui direzione stilistica è affidata a Graziano Moro e Renato Pigatti.

_ MANIFATTURA CECCARELLI

Il brand romagnolo, celebre per i suoi iconici capi outdoor, partecipa a Pitti Uomo attraverso uno spazio ideato dal regista Leandro Manuel Emede e dallo stylist Nicolo Cerioni. Tutto parte dalla campagna fotografica realizzata dai due creativi che, attraverso dieci personaggi e i loro outfit Manifattura Ceccarelli, veicolano un messaggio importante: la "straordinarietà dell'ordinario". In Fortezza, queste immagini si mescolano ai capi esposti in modo che il visitatore possa toccare e indossare ciò che vede in foto.

_ WASTED BY POTATO HEAD

Potato Head presenta "Wasted", una collezione - creata in collaborazione con il designer Max Lamb - che esplora la possibilità di trasformare gli scarti e i tessuti sostenibili in capi nuovi e funzionali, per affrontare il tema dei rifiuti in maniera significativa. Ogni pezzo della collezione è stato realizzato a mano in Indonesia ed è unico perché creato con i materiali a disposizione. Il risultato è una collezione che rispetta le competenze degli artigiani locali e si inserisce in un'ottica di design consapevole. Wasted nasce a Bali ma si pone l'obiettivo di creare un network di partner con cui condividere l'approccio etico e recuperare nuovi materiali di scarto per le prossime collezioni.

_ ENGELS&MARTE

Il brand presenta in anteprima una nuova concezione dell'elemento più trasversale del guardaroba maschile: la giacca. Ripartendo dagli archetipi dell'eleganza, scevri da sovrastrutture e dai trend, i due designer hanno creato un unico modello in canvas, al tempo stesso tradizionale e innovativo, riproposto in 16 pezzi per altrettanti materiali.

_ TWO.ONE

Il debutto a Pitti Uomo del brand australiano Two.One, col suo approccio senza compromessi al design. La sua collezione di moda tecnica propone capi che forniscono a chi li indossa funzionalità tecniche, proteggendoli da ogni condizione climatica, garantendo al contempo che lo stile sia punto di forza assoluto.

_ COLNAGO

Il marchio simbolo dell'industria italiana della bici oltrepassa i confini delle due ruote in prezioso titanio per esplorare il mondo dell'abbigliamento maschile. Lo fa ispirandosi ai valori che da sempre caratterizzano estetica e funzionalità dei suoi prodotti per arrivare a definire un look classico, capace di esaltare le materie prime, la lavorazione e i dettagli. Il focus è sull'upperwear con gli irrinunciabili capi del guardaroba maschile: trench, varsity jacket, field jacket, polo in cashmere e in cotone piquet, felpe e t-shirt.

_ CHAMPION

L'iconico brand americano, che ha fatto della felpe un capo cult, celebra il ritorno a Pitti Uomo con un suggestivo allestimento dai molteplici contenuti. La Sala delle Grotte farà da sfondo a una selezione dei capi



più rappresentativi dell'archivio aziendale. Inoltre, la presenza in Fortezza sarà contrassegnata dalla presentazione in anteprima della collezione maschile Autunno/Inverno 2025. Non solo. In scena andrà anche una speciale iniziativa up-cycle, curata dal nuovo direttore creativo Maurizio Donadi, con il coinvolgimento di artigiani e sarti italiani. Infine, sempre alle Grotte, verrà allestito un desk per la customizzazione di alcuni capi vintage Champion.

Tra gli altri progetti e partecipazioni speciali

_ FabriX

Dopo Londra e Parigi, arriva anche a Firenze il Digital Fashion Hub e Curated Marketplace FabriX, progettato a Hong Kong: un'innovativa piattaforma globale di moda digitale e passerelle virtuali che fa incontrare la tecnologia con il potenziale commerciale dei brand. A Pitti Uomo verrà presentato in anteprima Kiosk 2.0.1, l'evoluzione di FabriX AR Try-on Kiosk che permette di provare, scattare selfie e preordinare capi di moda digitale proposti da alcuni marchi di abbigliamento maschile. Tra le proposte, anche gli outfit esclusivi creati per Roblox, per un'inedita esperienza phygital.

_ Beyond Tailoring. La nuova sartoria

Per la prima volta a Pitti Uomo, all'interno della sezione Futuro Maschile, arriva Beyond Tailoring. La nuova sartoria, un laboratorio urbano che racconta il processo di produzione dell'abbigliamento maschile, in tutte le sue fasi. Il progetto è frutto di una partnership tra D-house urban laboratory, Innovation Lab di Pattern Group, azienda leader nella prototipazione e ingegnerizzazione di abbigliamento e capispalla di lusso; Framis Italia, riferimento internazionale per soluzioni termoadesive all'avanguardia; EUROJERSEY, riconosciuta per la produzione di tessuti tecnici elasticizzati indemagliabili con il marchio Sensitive® Fabrics, e Alvanon, azienda produttrice di manichini su misura.

_ CONSINEE

A Pitti Uomo 107, Consinee, azienda leader nella produzione di fibre di cashmere e filati preziosi, presenta il progetto "I just don't want to wake up", curato da Angelo Flaccavento con lo stilista Luca D'Alena. Il risultato è una capsule collection di pezzi di maglieria che si ispira all'idea di portare fuori, in strada, il mondo dei sogni e la pace appagante che si sperimenta a letto, celebrando la forza dell'intimità e per trasmettere un messaggio di forte fragilità.

_ PITTI MAGS

A Pitti Uomo torna anche l'edicola blu con le riviste indipendenti di moda, arte, design, food, beauty, sport e lifestyle più belle. L'edicola di Pitti Immagine nasce per offrire una panoramica sull'editoria periodica più sofisticata e di ricerca, che rappresenta un fenomeno di enorme interesse e di novità. Partner in questo progetto è Frab's Magazines, realtà italiana ormai diventata punto di riferimento per la selezione, la promozione e la vendita di riviste indipendenti e innovative.

In Fortezza in collaborazione con Pitti Immagine:

_ HISTORES protagonista a Pitti Uomo 107

L'associazione che raggruppa 45 multibrand torna alla Fortezza da Basso, consolidando la sua partnership con Pitti Immagine. Forti dell'esperienza acquisita dalle collaborazioni con Slowear, Boglioli, 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. *"Ci interroghiamo ogni giorno sul futuro delle nostre attività: ciò che un tempo era opzionale diventa ora fondamentale, nella gestione dei nostri negozi, offline e online, così come nel rapporto con la clientela. Nulla va lasciato al caso. Ritrovarsi a Firenze, soprattutto con la cena evento che abbiamo in programma, sarà più che mai importante. Siamo certi che il confronto con le aziende sia di vitale importanza: i nostri fornitori devono essere partner e non competitor. Interrogarsi insieme su questo futuro è meglio, e proprio in questo sta la forza di Histores"* - Marco Inzerillo, Presidente Histores.

_ THE BEST SHOPS - CAMERA BUYER ITALIA

Prosegue anche la consolidata collaborazione di Pitti Immagine con Camera Buyer Italia, l'associazione



PITTI IMMAGINE UOMO

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.

Tra le iniziative delle scuole di moda in città

_ POLIMODA presenta AN/ARCHIVE 2

Polimoda inaugura AN/ARCHIVE EVENT TWO, secondo appuntamento del nuovo centro di ricerca dedicato allo studio della moda. Dal 14 gennaio al 14 febbraio, presso il Manifattura Campus di Polimoda alla Manifattura Tabacchi, EVENT TWO indaga il rapporto tra uniforme da lavoro, identità, crisi e rivoluzione. Il blu e il denim, storicamente associati alla classe lavoratrice, acquisiscono un significato sociale e politico, riemergendo ciclicamente nei periodi di crisi economica che anticipano le rivoluzioni. L'archivio si trasforma così in uno spazio dinamico che ospita talk, installazioni artistiche e pezzi iconici del fashion contemporaneo, invitando a interrogarsi sui trend della moda da una prospettiva sociologica e antropologica.

_ ISTITUTO MARANGONI FIRENZE e WP LAVORI IN CORSO

Istituto Marangoni Firenze e WP Lavori in Corso uniscono le forze in una collaborazione esclusiva che prende vita nel cuore del WP Store di Firenze. Il progetto, dedicato alla reinterpretazione contemporanea dell'estetica di Filson, storico marchio fondato nel 1897. Gli studenti di Istituto Marangoni Firenze, che si occuperanno della direzione artistica del progetto, avranno l'opportunità di esplorare l'archivio di WP Lavori in Corso, un vero e proprio scrigno di capi iconici del brand Filson, per reinterpretarli con uno sguardo fresco e innovativo. La mostra, che accompagnerà il progetto, offrirà ai visitatori non solo la possibilità di ammirare capi unici, ma anche una rara immersione nell'universo heritage di Filson.

Tra gli eventi in città segnaliamo:

SLAM JAM TENAX C/O PALAZZO BORGHESE

Martedì 14 gennaio, Slam Jam e il famoso club fiorentino Tenax celebrano la club culture, la sua eredità e le sue future interazioni, tra musica, arte e stile. Nel 35° anniversario di Slam Jam, dopo il memorabile evento al Museo Marino Marini nel 2019, la piattaforma di moda e street culture italiana torna a Pitti Uomo con una special night a Palazzo Borghese.

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.

The Pitti Crew wears

ARMOR LUX, FLOWER MOUNTAIN and MANIFATTURA CECCARELLI

Pitti Immagine ringrazia **ARMOR LUX, FLOWER MOUNTAIN e MANIFATTURA CECCARELLI** per il contributo nel vestire The Pitti Crew a questa edizione dei saloni.

special grant

madeinitaly.gov.it



Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale



main partner

