



# PITTI IMMAGINE UOMO

**PITTI UOMO 110**  
**Firenze, Fortezza da Basso**  
**16-19 giugno 2026**

**Firenze e la Fortezza da Basso accolgono l'edizione estiva di Pitti Immagine Uomo:  
oltre 720 brand, in arrivo da più di 30 paesi diversi,  
per una vetrina completa e approfondita del menswear internazionale**

**Dal classico ai marchi di ricerca, dalla sartorialità italiana alle tendenze stilistiche in  
arrivo dall'Asia, collaborazioni internazionali di alto livello:  
formula vincente per una manifestazione giunta alla 110° edizione**

**Tra gli ospiti, nomi prestigiosi della nuova generazione di fashion designer:  
i Guest designer Simone Rocha e DSM Kei Ninomiya,  
lo Special Guest JiyongKim e lo Special Project Sunflower e altri ancora**

**THE POOL è il tema del ciclo estivo di giugno,  
con l'installazione centrale curata da Philéo Landowski  
e firmata da Pascal Hachem**

**Il percorso espositivo è in continua evoluzione: tra le novità Outopia, la nuova  
edizione di I GO OUT, curata dal magazine *Vanish*, e un nuovo focus sulla profumeria  
di ricerca con Hi Beauty**

Stili e tendenze della contemporaneità - tra moda, lifestyle e business - si svelano alla **Fortezza da Basso di Firenze** per la **110° edizione di Pitti Immagine Uomo, dal 16 al 19 giugno 2026**.

L'appuntamento estivo del salone dedicato al menswear maschile prende il via in un contesto geopolitico scosso da grandi tensioni e si confronta con uno scenario macroeconomico dai contorni incerti – ma ciononostante conferma la validità del formato commerciale e promozionale, ribadendo il ruolo centrale che Pitti Uomo ha nel calendario della moda globale.

“Abbiamo alle spalle storia, tradizione e competenze - **afferma Antonio De Matteis, presidente di Pitti Immagine** – ma abbiamo anche gli strumenti per affrontare le nuove sfide che ci attendono, che attendono tutto il settore moda. Energia, coraggio e visione trasformatrice caratterizzano da sempre il nostro lavoro, sono gli elementi che ci hanno consentito di ridisegnare a ogni frangente decisivo lo stesso concetto di fiera, trasformando Pitti Uomo in un evento non solo commerciale, ma anche un promotore culturale, un luogo di confronto, generativo di nuove idee, tendenze e connessioni. E' così che si diventa leader internazionali – ed è così che si mantiene quella leadership”.

Sono **oltre 720 i marchi che esporranno in Fortezza** (di cui il **44% in arrivo da più di 30 paesi diversi**), suddivisi in cinque sezioni: **Fantastic Classic, Futuro Maschile, Superstyling, Dynamic Attitude e I Go Out**.

“Navigare nel futuro: è questo il messaggio e l'obiettivo con cui stiamo costruendo il prossimo ciclo di saloni moda - **dice Ivano Cauli, neo amministratore delegato di Pitti Immagine** – a cominciare proprio da Pitti Uomo. In un momento storico definito da complessi mutamenti geopolitici e da uno scenario globale in continua evoluzione, la fiera fisica di Firenze si conferma come la bussola più vitale per accogliere e orientare il confronto tra offerta e domanda. Apriamo le porte della Fortezza da Basso alla community di buyer e stampa di alto livello provenienti da

tutto il mondo e curiamo per loro un viaggio immersivo nell'innovazione, dimostrando che la sinergia creativa è il motore principale della crescita delle aziende e del settore”.

### **Il MAECI e l’Agenzia ICE per i saloni moda Pitti Immagine 2026**

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 2026 di Pitti Immagine, un contributo fondamentale per il programma di incoming dei migliori operatori esteri e di comunicazione.

"Grazie a questa collaborazione - **commenta Raffaello Napoleone, Consigliere Delegato di Pitti Immagine per le Relazioni Internazionali e Istituzionali** - possiamo investire ulteriori, preziose risorse nel portare a Firenze i compratori buyer più influenti, provenienti dai mercati consolidati e da quelli emergenti, che sappiamo essere nuovi o potenziali clienti del Made in Italy di qualità. La collaborazione con le sedi estere di Ice è decisiva in questo senso, perché lì troviamo competenza e conoscenza dei rispettivi contesti di distribuzione e consumo. E **Agenzia Ice** sarà presente anche con il **proprio desk di informazione e assistenza all'internazionalizzazione**, sia con lo spazio dedicato alle **Young Italian Start Up**, progetto giunto alla 13esima edizione”.

### **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 con l'obiettivo di sostenere lo sviluppo dei territori e dell'eccellenza creativa, produttiva e di mercato del Made in Italy.

“Il rinnovo della partnership con Pitti Immagine rappresenta per noi ben più di una semplice conferma: è una testimonianza concreta dell'impegno che il nostro Gruppo dedica al comparto Moda, uno dei pilastri dell'eccellenza Made in Italy - sottolinea **Stefano Gallo, Responsabile Territorial Development UniCredit Italia** -. Siamo per Pitti un partner presente e operativo, determinati a mettere in campo competenze, visione e risorse per sostenere un settore nodale dell'economia italiana. Le nostre iniziative lo dimostrano: dall'accordo con Confindustria Moda al plafond da 1 miliardo di euro destinato a finanziare investimenti strategici in digitalizzazione e transizione sostenibile lungo tutta la filiera. Crediamo fermamente in una cultura industriale che sappia valorizzare innovazione e sostenibilità come leve di crescita. Un impegno che trova nuova energia nel piano UniCredit Unlimited, attraverso il quale il nostro Gruppo offre soluzioni integrate e di lungo periodo per accompagnare lo sviluppo delle imprese e rafforzare l'intero ecosistema produttivo del Paese”.

“A partire dal 2024, la stretta collaborazione tra il nostro Gruppo e UniCredit – **aggiunge Antonella Mansi, presidente del Centro di Firenze per la Moda Italiana** – si è arricchita di un programma specifico dedicato alla formazione, denominato CFMI Academy, un progetto costruito anche grazie al contributo di Piattaforma Sistema Formazione Moda e di Polimoda, che si pone l'obiettivo di dare impulso alle idee imprenditoriali e lanciare una nuova generazione di creativi e imprenditori nella moda.

### **La Buying Experience a Pitti Uomo**

Pitti Uomo rappresenta un momento indispensabile di incontro e di confronto per i migliori top buyer in arrivo dai mercati internazionali più importanti. Anche a questa edizione, il programma di incoming ha raggiunto compratori e rappresentanti dei principali **department store e delle boutique indipendenti, dei negozi di ricerca e dei concept store**.

Ecco le insegne che hanno già confermato la loro partecipazione: **10 Corso Como Seoul** (Corea del Sud), **14 Oz** (Germania), **2nd Academic** (Regno Unito), **Above the Clouds** (Australia), **Al Malki Group** (Arabia Saudita), **Alessandrelli** (Italia), **Angelo Minetti** (Italia), **Apropos** (Germania), **Atelier X** (Germania), **B1lock** (Cina), **Beaker** (Corea del Sud), **Bergdorf Goodman** (Stati Uniti), **Bonvicini** (Italia), **Boyner** (Turchia), **Braun** (Germania), **Brera Praga** (Rep. Ceca), **Breuninger** (Germania), **Brown Thomas** (Irlanda), **C. Wirschke** (Germania), **Capital Grand** (Cina), **Cenere GB** (Italia), **Club 21** (Singapore), **Code 7** (Russia), **Craig Ryan** (Stati Uniti), **Deecee Style - Cadruvi Trading** (Svizzera), **Demsa Group/Harvey Nichols Istanbul** (Turchia),

**Dongliang** (Cina), **Dover Street Market Paris** (Francia), **Dover Street Market NY** (Stati Uniti), **Dover Street Market Singapore** (Singapore), **Empty** (Corea del Sud), **End Clothing** (Regno Unito), **Englehorn mode** (Germania), **ESSX** (Stati Uniti), **Estnation** (Giappone), **Field Theory** (Stati Uniti), **Fig Retail Dubai** (Emirati Arabi Uniti), **Flanella** (Italia), **Frasers Group** (Regno Unito), **Frauenschuh** (Austria), **FWRD** (Stati Uniti), **Galleries Lafayette** (Francia), **Galleries Lafayette India** (India), **Gaudenzi** (Italia), **GR8** (Giappone), **Grey Flannel** (Regno Unito), **Guarini** (Italia), **Hankyu Hanshin** (Giappone), **Harrods** (Regno Unito), **Harry Rosen** (Canada), **Harvey Nichols Dubai** (Emirati Arabi Uniti), **Harvey Nichols Doha** (Qatar), **Harvey Nichols London** (Regno Unito), **Harvey Nichols Riyadh** (Regno Unito), **HHV** (Germania), **Hirmer** (Germania), **Holt Renfrew** (Canada), **Isetan Mitsukoshi** (Giappone), **ITK** (Lettonia), **John Lewis** (Regno Unito), **Kiosque CC** (Giappone), **L'Incontro** (Italia), **La Maison Simons** (Canada), **LMDS** (Cina), **Lane Crawford** (Hong Kong/Cina), **Le Bon Marché** (Francia), **Le Capitaine d'a Bord** (Canada), **Level** (Emirati Arabi Uniti), **Liberty** (Regno Unito), **Lodenfrey** (Germania), **Lorenz Bach** (Svizzera), **LuisaViaRoma** (Italia), **Lukse** (Russia), **Lungolivigno** (Italia), **Mantovani** (Italia), **Martin Patrick 3** (Stati Uniti), **Marubeni** (Giappone), **Mercury - TSUM** (Russia), **Michele Inzerillo** (Italia), **Mitchells** (Stati Uniti), **Monn** (Svizzera), **Morleys** (Regno Unito), **Mouki Mou** (Regno Unito), **Mr Porter** (Regno Unito), **Musinsa** (Corea del Sud), **My Theresa** (Germania), **Neiman Marcus** (Stati Uniti), **Nino Alvarez** (Spagna), **Nitty Gritty** (Svezia), **NK** (Svezia), **Nordstrom** (Stati Uniti), **Olé Couture** (Spagna), **Onyx** (Italia), **Parlamento** (Portugal), **Peggs & son** (Regno Unito), **Peek & Cloppenburg** (Germania), **Printemps** (Francia), **Printemps NY** (Stati Uniti), **Reischmann** (Germania), **Reyer Sport** (Austria), **Rezet Store** (Danimarca), **Rialto Living** (Spagna), **Richard Gelding** (Regno Unito), **Rinascence** (Italia), **Road Sign** (Taiwan), **Robert Old** (Regno Unito), **Rosa & Texeira** (Portogallo), **Rubaiyat** (Arabia Saudita), **Sagmeister** (Austria), **Saks Global** (Stati Uniti), **Sanahunt** (Ucraina), **Shift/Saks85** (Ucraina), **Simple Characters** (Grecia), **SKP** (Cina), **Ships** (Giappone), **Smets** (Lussemburgo/Belgio), **Ssense** (Canada), **SVRN** (Stati Uniti), **Takashimaya** (Giappone), **Tessabit** (Italia), **The Business Fashion** (Regno Unito), **The New Trend** (Canada), **The Things of Ours** (Regno Unito), **The Wasted Hour** (Germania), **The Webster** (USA), **Tonic** (Regno Unito), **Trend** (Italia), **Trunk** (Regno Unito), **Univers Homme et Femme** (Filippine), **Wako & Co.** (Giappone).

### **Pitti Uomo lancia HYPERSCOUT:**

#### **il nuovo motore AI per il business matchmaking del settore fashion**

A questa edizione Pitti Uomo introduce Hyperscout, il nuovo servizio di matchmaking basato sull'intelligenza artificiale che rivoluziona il modo in cui brand e buyer si incontrano, per rendere più mirate e rilevanti le connessioni di business. Sviluppato in partnership con Hyperscout, azienda olandese specializzata in intelligenza artificiale al servizio del fashion wholesale, il sistema analizza i dati e le interazioni generate nelle ultime edizioni del salone per costruire profili accurati di retailer e marchi. Grazie a modelli di AI performanti, la piattaforma suggerisce abbinamenti strategici, creando un network di contatti profilati e basati sul DNA reale dei brand. A giugno, il progetto pilota avanzato Hyperscout sarà accessibile in anteprima a una selezione di 200 espositori, che potranno testare funzioni come l'AI Matchmaking, la Competitor Discovery e l'esplorazione di nuovi mercati.

### **Pitti Uomo è anche in digitale con 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 di tutti gli espositori che partecipano in Fortezza da Basso. [uomo.pittimmagine.com](http://uomo.pittimmagine.com)

### **I brand protagonisti**

**Oltre 720** i brand

dei quali il **44% circa** proviene dall'estero, da **oltre 30 paesi**

### **THE POOL è il tema di Pitti Uomo 110**

The Pool è il tema ispiratore e visivo dell'edizione estiva 2026 di Pitti Immagine Uomo, curato da Chris Vidal Tenomaa e Tuomas Laitinen, rispettivamente editor in chief e fashion director di SSWA Magazine. A bordo piscina, un giovane uomo, come un moderno Narciso, sfiora con la

mano la sua immagine riflessa sulla superficie immobile dell'acqua. La luce è ghiacciata e vivida come in un dipinto di David Hockney. Mentre l'abito è firmato Simone Rocha.

(vedi comunicato dedicato)

## **Fortezza mood: la fashion experience immersiva di Pitti Uomo**

### **Le novità in Fortezza**

Gli spazi della Fortezza da Basso offrono un percorso unico tra moda, arte, storia e design. Ogni dettaglio è studiato per valorizzare le caratteristiche dei brand e delle 5 sezioni in cui è suddiviso il salone, in un continuo dialogo tra esterno e interno dei padiglioni espositivi. Mentre gli elementi del tema dell'edizione estiva – THE POOL – rendono l'esperienza di visita ancora più coinvolgente.

### **Philéo Landowski e Pascal Hachem interpretano THE POOL con un'installazione nel Piazzale Centrale**

Ad accogliere la community di Pitti Uomo sarà l'imponente installazione collocata nel Piazzale Centrale della Fortezza, **firmata dal designer Philéo Landowski in collaborazione con l'artista libanese Pascal Hachem**. Non un'interpretazione letterale del tema THE POOL, bensì un progetto che si concentra sul **“dietro le quinte” di una piscina**, su ciò che solitamente non si vede: le infrastrutture, gli elementi tecnici. Il risultato è un cantiere monumentale: **una fitta rete di tubi oversize**, ingranditi fino a raggiungere una dimensione scultorea che potrà essere attraversata ed esplorata dai visitatori. Obiettivo dell'opera è rivelare e incoraggiare la riflessione su ciò che si cela sotto la superficie di un puro e semplice momento di svago rimanendo invisibile ai nostri occhi: quindi non solo la materialità delle infrastrutture ma anche il lavoro.

### **“OUTOPIA” by VANISH: le nuove frontiere di “I GO OUT”**

La sezione I GO OUT si trasforma radicalmente grazie alla **collaborazione con la rivista outdoor d'avanguardia Vanish**. Il risultato è **OUTOPIA**, un'esperienza visionaria - alla Sala della Ronda - che esplora la **perfetta fusione tra performance, moda e natura**. Riflettendo un cambiamento globale in cui la cultura outdoor è definita da visioni del mondo condivise, OUTOPIA dimostra che funzionalità tecnica e bellezza estetica non sono più in contrapposizione. Una vetrina che riunisce la visione di marchi affermati e una selezione di brand emergenti appositamente curati da *Vanish*, che uniscono eccellenza tecnica e design sofisticato. Attraverso un programma dinamico di eventi e attivazioni, OUTOPIA invita la community di Pitti a partecipare a un movimento che sta già ridefinendo il panorama della moda globale.

### **HI BEAUTY conferma l'interesse per la profumeria di ricerca**

Forte del grande successo riscosso durante l'edizione invernale di Pitti Uomo, torna anche a giugno **Hi Beauty, spazio esclusivo dedicato al mondo delle fragranze d'avanguardia** al Piano Attico del Padiglione Centrale. Situato all'interno della sezione **Futuro Maschile**, l'area propone un'accurata selezione di marchi indipendenti che rappresentano la new wave globale delle fragranze che si estende dall'Europa all'Asia. Nato dalla consolidata esperienza di Pitti Fragranze, Hi Beauty cattura la sofisticata contaminazione tra profumeria artistica e moda, una sinergia sempre più ricercata dai concept store e dai rivenditori più influenti al mondo.

### **Le 5 sezioni e i nomi dei protagonisti**

Dal classico all'informale, passando per il mondo della ricerca e dell'outdoor, il guardaroba ideale si scopre a Firenze. Tra tendenze, novità e ispirazioni, la Fortezza da Basso accoglie gli espositori di Pitti Uomo offrendo ai visitatori un brand mix che intercetta e soddisfa le esigenze del mercato. Ecco le 5 sezioni in cui è suddiviso il percorso espositivo di Pitti Uomo:

#### **FANTASTIC CLASSIC**

È la sezione in cui si concentrano le aziende più rappresentative del menswear formale per un guardaroba elegante e in costante aggiornamento.

Tra i brand di FANTASTIC CLASSIC: **04651 / A Trip in a Bag, Alessandro Gherardi, AT.P.CO,**

Baldinini, Barmas, Bellwood, Berwich, Bomboogie, Brett Johnson, Briglia 1949, Brunello Cucinelli, Caruso, Corso Mille, Crockett & Jones, Cruna, Digel, Diktat, Doriani Cashmere, Doucal's, Edward Green, Emanuele Maffei dal 1958, Fabi, Fox Umbrellas, Francesco Smalto, Fray Camiceria, FTC, Gabriele Pasini, Gimo's Italiana, Gran Sasso, Green George, Guess Man, Herno, Hèskimo, Invertere, Jamieson's of Shetland, Kired, L'Impermeabile, Loake, Lock & Co. Hatters, Luigi Bianchi, Mackintosh, Maerz Muenchen, Manto Italia, Manuel Ritz, Manzoni24, Marco Pescarolo Napoli, Mario Portolano, Munro Tailoring, Orlebar Brown, Outhere, Panchic, Paul & Shark, People of Shibuya, Piquadro, Roy Roger's, Sand Menswear, Sartorio, Schneiders, Settefili Cashmere, Sonrisa Camiceria Uomo, Stefano Ricci, Studio Seidensticker, Suns Boards, Svevo, Tateossian London, Tatra, TBD Eyewear, Tiger of Sweden, Tombolini, Tramarossa, Walker Slater, Xacus.

## **FUTURO MASCHILE**

È il laboratorio del contemporary menswear di ricerca. Qui convivono stili che si contaminano mixando sartorialità, tessuti innovativi e dettagli luxury.

Tra i brand di FUTURO MASCHILE: **Alden New England, Alexander Hotto, ANT45, Aqua Alta, ASICS Walking, Avant Toi, Belowten, BePositive, Bonastre, Born Outside, Cachí, Castaner, Clabry, Colony Clothing, Croots England, Danward, Faliero Sarti, Felisi, Flabelus, Frescobol Carioca x La Marzocco, G.R.P., Gabriel Stunz, Giabsarchivio, Gogutsa, Hannes Roether, Ibeliv, Jacques Solovière Paris, John Smedley, Ketta, Kiefermann, Ma' Ry' Ya, Magazzino Ricambi, Max'n Chester, Mismo, Museum Garments, Nine: In The: Morning, NNT Lab, No Map Society, Paraboot, Pier Sicilia, Premiata, Private White, Ring Jacket, Roberto Collina, Sanders, Scaglione, Stefan Brandt, Teclor, Tela Genova, The White Briefs, Timothée Paris, Transit, Unimatic, Wahts**

## **DYNAMIC ATTITUDE**

È la sezione che porta in scena collezioni sport e streetwear all'interno delle quali si muovono brand capaci di proporre outfit innovativi e citazioni vintage.

Tra i brand di DYNAMIC ATTITUDE:

**24Bottles, Aeronautica Militare, Aquascutum Active, B.D. Baggies, Baracuta, Barbour, Blundstone, CHPO Brand, Coolway, Cotopaxi, Dickies, Drykorn, Duno, Ed Hardy, Ellesse, Fila, Filson, Flower Mountain, Gazzarrini, Got Bag, Guess Jeans, Helly Hansen, Invicta, Kangol, Kapten & Son, La Martina, Lyle & Scott, MC2 Saint Barth, Murphy & Nye, Naked Wolfe, Original Penguin, Pajar, Pro-Keds International, Prohibited, Psycho Bunny, Rag & Bone, Refrigiwear, Revolution, Spiewak, Sun68, Sundek, Superdry, Universal Overall, Voile Blanche, Woolrich.**

## **SUPERSTYLING**

È la sezione che guarda oltre, anticipando i trend attraverso scelte estetiche fuori dagli schemi: nuove silhouette e tagli genderless.

Tra i brand di SUPERSTYLING: **American Vintage, Armor Lux, Bl'ker Vintage, Caleb Paris, Coopettebros, D.A.T.E., Final Draft, Gallia Knit Project, Goldwin, Harris Wharf London, Id.eight, Iron And Resin, Jj Hats New York, Kappy Design, Les Deux, Lidfort, Manifattura Ceccarelli, Mos Mosh Gallery, Nanamica, Regal, Resolute, Santha, Scarti-Lab, Shoto, Woc.**

## **I GO OUT**

È la sezione che illustra in maniera esaustiva le potenzialità stilistiche del progressive outdoor, tra moda e lifestyle. A questa edizione si arricchisce della collaborazione speciale con Vanish Magazine.

Tra i brand di I GO OUT: **Amundsen, Crispi, Demon, Equipment De Vie, Halo, Keen, Monofoo, Nat's, Nomaka, Norda, One Node, Outrills, Scandinavian Edition, Snow Peak Crispi, Demon, Equipement De Vie, Halo, Keen, Monofoo, Nomaka, Norda, Outrills, Scandinavian Edition, Snow Peak.**

## **Eventi Speciali di Pitti Uomo 110**

### **Guest Designer: SIMONE ROCHA**

Simone Rocha, founder & creative director del brand che porta il suo nome, è Guest Designer di Pitti Uomo 110. Per l'occasione, la designer irlandese basata a Londra realizzerà a Firenze la sua prima sfilata indipendente di moda maschile, in scena **giovedì 18 giugno alle ore 17.00 al Teatro della Pergola**, fondendo la sua visione poetica, che esplora i temi ricorrenti dell'Irlanda, di Hong Kong, dell'arte e della famiglia, con lo sfondo storico della città. Gli abiti di Simone Rocha sono anche protagonisti della campagna The POOL. *(vedi comunicato dedicato)*

### **Guest Designer: DSM Kei Ninomiya**

Altro Guest Designer di Pitti Immagine Uomo 110 è DSM Kei Ninomiya. Protagonista lo spirito di DSM – prima etichetta a firma Dover Street Market – secondo Kei Ninomiya, lo stilista giapponese apprezzato per il suo approccio concettuale e già alla guida di noir kei ninomiya, la sua label cresciuta sotto l'egida di Comme des Garçons. A Firenze andrà in scena la collezione menswear Primavera-Estate 2027, con una sfilata evento - nello stile unico che contraddistingue il designer.

*(vedi comunicato dedicato)*

### **Special Guest: JIYONGKIM**

JiyongKim, brand che porta il nome del designer sudcoreano Jiyong Kim, già apprezzato dalla critica internazionale dopo essersi distinto tra i migliori talenti all'edizione 2024 del LVMH Prize, sarà Special Guest di questa edizione. JiyongKim presenterà la sua visione attraverso un progetto-evento appositamente concepito per Firenze e realizzato nel suo stile distintivo in **Fortezza da Basso**, in scena per i quattro giorni dell'evento negli spazi del **Magazzino 07**. In aggiunta, in calendario, una speciale presentazione in programma **mercoledì 17 alle ore 12.00**. L'evento è supportato dalla **Fondazione Pitti Discovery** e da **Korea Creative Content Agency**.

*(vedi comunicato dedicato)*

### **CPHFW Special Project: SUNFLOWER**

Il brand Sunflower, basato a Copenhagen, realizzerà una speciale sfilata evento a Firenze - **mercoledì 17 giugno, alle ore 19.00 nella terrazza del Teatro del Maggio Musicale** - come CPHFW Special Project, presentando così il marchio al pubblico internazionale di Pitti Immagine Uomo. La collaborazione si inserisce nel programma di eventi per il 20° anniversario della Copenhagen Fashion Week, e al tempo stesso sottolinea l'impegno ormai di lungo corso di Pitti Immagine nei confronti del design nordico.

### **WILLIAM PALMER**

#### **Vincitore del I:C Pitti Immagine Award a ITS 2026**

Il designer inglese William Palmer, fresco vincitore del premio I:C Pitti Immagine Award all'ultima edizione di ITS International Talent Support - per il suo sguardo gentile sul menswear e la sua rara capacità di tradurre tematiche sociali e politiche in capi coerenti e di impeccabile fattura, è stato invitato a Pitti Uomo 110. Presenterà la sua collezione "The Brief Exposure", intrisa del tipico humour della working class britannica e della scelta radicale di esporsi pubblicamente, con un'installazione speciale presso la Sala delle Nazioni.

### **In collaborazione con Pitti Immagine**

#### **Sara Sozzani Maino e Galib Gassanoff per CONSINEE**

Consinee, azienda cinese leader nel settore del cashmere e dei filati di lusso, torna a Pitti Uomo. In questa edizione, il brand rinnova la sua collaborazione con Sara Sozzani Maino e Galib Gassanoff presentando il secondo capitolo di questo dialogo creativo: **"Suspended Grounds"**. Il progetto evolve oltre il gesto artigianale per entrare nel territorio dell'arte tessile, attraverso un'installazione unica allestita in una nuova location in Fortezza, il Cavedio del Padiglione Centrale. Lo spazio espositivo mette in risalto gli elementi distintivi del marchio Consinee:

eccezionale maestria artigianale, materiali di alta qualità ed expertise nella produzione. In aggiunta una speciale presentazione è in programma mercoledì 17 alle ore 10.00.

## **Le partecipazioni internazionali**

### **CODE KOREA: focus sul design coreano**

Terza edizione per CODE Korea, progetto nato dalla collaborazione tra Pitti Immagine e Korea Creative Content Agency con l'obiettivo di far conoscere la moda coreana e i suoi protagonisti. Una selezione di sei brand sarà ospitata **negli storici spazi della Polveriera** offrendo ai visitatori **una visione complessiva del design coreano** capace di fondere contemporaneità, tradizione artigianalità.

Ecco i nomi dei brand protagonisti: **Ajobyajo, Egnarts, Finoacinque, Sung Ju, Theballon, Vegan Tiger.**

### **J∞QUALITY: l'eccellenza manifatturiera Made in Japan**

Ottava edizione per J∞QUALITY FACTORY BRANDS PROJECT, progetto curato dalla Japan Apparel and Fashion Industry Association (JAFIC), con la consulenza speciale di Hirofumi Kurino. **Al Piano Attico del Padiglione Centrale**, il focus di questa collaborazione si concentra sull'abbigliamento giapponese di qualità e sui distretti produttivi, con una selezione di alcuni dei migliori produttori Made in Japan.

Tra i brand protagonisti di questa edizione: **Good People Good Stitching Good Product** di **MARUCHO**, **InakaDate** e **W.T.** di **SUNLINE**, **Sanyocoat** e **S.Essentials** di **SANYO SHOKAI**, **Skewed** di **EDWIN**, **J.Press** di **ONWARD KASHIYAMA.**

### **CHINA WAVE: le nuove frontiere del menswear cinese**

Giunta alla sua quinta edizione, CHINA WAVE presenta il meglio dell'**abbigliamento maschile cinese contemporaneo**. Grazie alla consolidata collaborazione tra Pitti Uomo e China National Garment Association, la Fortezza da Basso ospiterà una vetrina di marchi e designer selezionati per la loro eccezionale qualità e innovazione estetica. È una tappa imprescindibile per scoprire come la creatività cinese si sta affermando sulla scena internazionale.

Tra i brand protagonisti: **Kimusso, Septwolves, Shoot brand, Signigt, Soarin, Swof Care, Zifei Wang.**

### **PROMAS: le proposte in arrivo dalla Francia**

La creatività e il dinamismo dell'**abbigliamento maschile francese** tornano protagonisti a Pitti Uomo 110, grazie alla rinnovata collaborazione tra Promas French Menswear Fédération e DEFI. Le due organizzazioni sostengono la partecipazione di una selezione di marchi francesi, offrendo una panoramica ricca e contemporanea di ciò che l'abbigliamento maschile rappresenta oggi.

### **ICEX: la selezione di brand spagnoli**

ICEX, che promuove la creatività spagnola in tutto il mondo, porta alla Fortezza da Basso una selezione di brand di sicuro interesse. Questa vetrina strategica mette in luce la diversità dell'**abbigliamento maschile spagnolo**, dalla sartorialità di ispirazione tradizionale ai marchi urban lifestyle, rafforzandone la presenza all'interno della comunità internazionale di buyer di Pitti Uomo.

## **Tra i NOMI NUOVI e i RIENTRI:**

**030, Abarca Shoes, Bellwood, Bepositive, Born Outside, Castaner, Clabry, Colony Clothing, Danward, Dickies, Domozero, Frescobol Carioca x La Marzocco, Gazzarrini, Gogutsa, Guanabana Handmade, Harber London, Hestern, Kappy Design, Kavki, Ketta, Kimusso, Luca Faloni, Mappina Milano, Max'n Chester, Mayser, Mimir, Mismo, Mosso Sunwear, Murphy & Nye, Neude, One Node, Original Penguin, Outrails, Pampeano, Pier Sicilia, Piumha Studio, Private White V.C., Pro-Keds International, Rajesh Pratap Singh, Refrigiwear, Ses Palma, Signigt, Soarin, Soloio, Sombrero Life, Sundek, The White Briefs, VTR, Wax London, Zifei Wang.**

## **HIGHLIGHTS @ Pitti Uomo 110**

Partecipazioni speciali, debutti, progetti e collaborazioni, ecco una serie di anteprime:

### **WP LAVORI IN CORSO**

Tante le novità dei brand della scuderia WP Lavori in corso presentate a Pitti Uomo. Per la stagione SS27, **Baracuta** punta tutto sulla harrington jacket G9 in nuovi colori e conferma la collaborazione con Filson. **Blundstone** propone una nuova collezione estiva con sandali, clogue e sabot. **Barbour** sceglie di mettere al centro il mondo del tartan e amplia la proposta dedicata agli accessori uomo e donna. Cuore della collezione Uomo SS27 di **Filson** è la linea Rugged Utility Outdoor, gamma di capispalla progettata all'insegna della leggerezza. Si chiama invece "Made in U.S." la capsule workwear di **Universal Overall**. Infine, **BD Baggies** reinterpreta il proprio heritage portando le sue iconiche camicie nel mondo estivo.

### **ELLESSE**

Nel Cortile della Polveriera della Fortezza da Basso, l'iconico brand che dal 1959 veste gli sportivi, dalle piste da sci ai campi da tennis, presenta la collezione SS27 "Icane in Rinascita". Qui il tailoring italiano si unisce al ritmo dello sport. Non una semplice rivisitazione del passato. L'heritage del marchio rivive nelle silhouette, nei colori, nei codici senza tempo.

### **ORIGINAL PENGUIN**

Lo storico brand made in Usa, celebre per le iconiche polo lanciate per la prima volta da Bing Crosby, si presenta a Pitti Uomo all'interno di uno scenografico spazio nel Piazzale delle Ghiaia. Sarà l'occasione per scoprire il nuovo corso del marchio e tutte le novità della prossima stagione.

### **REFRIGIWEAR**

RefrigiWear, brand fondato nel 1954 a New York City per rispondere alle esigenze dei lavoratori del Meatpacking District e del Fulton Fish Market, torna a Pitti Uomo. Nella Sala Grotte presenterà una proposta evoluta, in perfetto dialogo con la storicità del marchio, basata su un design innovativo che garantisce protezione e comfort in qualsiasi ambiente.

### **MURPHY & NYE**

Sempre nella Sala Grotte, torna anche Murphy&Nye, brand di riferimento nel mondo Sailor Core, fondato nel 1933 a Chicago. In esposizione la collezione SS 2027, che reinterpreta in chiave contemporanea i capi iconici che hanno reso il marchio protagonista nel settore, fondendo heritage nautico e ricerca stilistica. All'interno dello stand sarà allestita una selezione di foto che raccontano la storia del brand e le più importanti competizioni veliche.

### **SUNDEK**

Sundek per la prima volta a Pitti Uomo dopo la recente acquisizione da parte del gruppo torinese BasicNet. Il brand, nato nel 1958 lungo le coste californiane, presenterà la collezione Spring Summer 2027. La novità è la label Goldenwave: un ritorno alle origini, che prende ispirazione non solo dal surf, ma dagli elementi visivi e culturali californiani. Verrà presentata anche la linea Original, che mette al centro il boardshort Rainbow. Infine, verrà presentata la collaborazione con l'illustratore giapponese Kentaro Yoshida.

### **PRO-KEDS**

Il brand iconico di calzature per le performance sportive - amato da atleti leggendari come Magic Johnson e Michael Jordan - torna a Pitti Uomo e presenta allo Sprone un'anteprima della collezione SS27, che reintroduce e reinterpreta tre silhouette iconiche: ROYAL, RACER 77 e SKY. Il marchio, che nel tempo ha saputo evolversi, attraverso Pitti Uomo consolida il proprio rapporto con il mercato italiano, già avviato con lo showroom milanese e il flagship store a Roma.

### **DICKIES**

Dickies debutta a Pitti Uomo presentando in anteprima, nella Sala Ottagonale, la collezione SS27. Sarà l'occasione per annunciare anche un'importante collaborazione del brand con un

iconico marchio streetwear. Durante l'evento, Dickies vestirà lo staff di Pitti Uomo, esprimendo concretamente la propria eredità nel workwear.

### **PHILIPPE MODEL PARIS**

Philippe Model Paris torna a Pitti per celebrare un nuovo corso caratterizzato dalla recente acquisizione da parte di Swinger International SpA e attraverso un percorso narrativo che ripercorre i valori e codici identificativi del brand: dall'heritage parigino alla creatività e artigianalità italiana. L'obiettivo è valorizzare l'estetica autentica del brand trasformando i suoi elementi iconici nella base di un solido progetto di espansione internazionale e sviluppo nel segmento *premium casual luxury*.

### **IBELIV**

Il designer Liv Ramanandraibe, fondatore di IBELIV, presenta un'installazione immersiva ispirata al mondo sottomarino. Originario del Madagascar, il designer condivide una visione onirica della vita acquatica, e nell'occasione svelerà anche la capsule collection IBELIV BEACH CLUB, un vero invito al viaggio e a uno stato mentale di estate infinita.

### **FRESCOBOL CARIOCA X LA MARZOCCO**

Al Piano Attico, La Marzocco - iconico brand italiano di macchine per il caffè - e Frescobol Carioca portano in scena "Cafézinho Carioca", uno spazio speciale che unisce il rituale tutto italiano della tazzina al design e all'arte del vivere lento brasiliani. In questo originale caffè-cocktail bar si potranno scoprire la capsule collection co-branded La Marzocco e Frescobol Carioca, dedicata al luxury beachwear, e la macchina per il caffè Marzocco Linea Mini, personalizzata da Officine Fratelli Bambi.

### **CASTANER**

Partono da Pitti Uomo le celebrazioni per i cento anni del marchio Castañer. Le iconiche calzature con la suola in juta intrecciata, sinonimo di eleganza senza tempo e di artigianalità, realizzate per la prima volta nel 1927 in un piccolo atelier, sono ancora un must have dell'estate.

### **BORN Outside**

Born Outside, brand di calzature 100% made in Italy, debutta a Pitti Uomo a Futuro Maschile. Il brand trasformerà il proprio stand in uno studio fotografico coinvolgendo giornalisti, buyer e ospiti nello shooting della nuova collezione SS 27 "Corso". Una vera e propria campagna di lancio, protagonista sarà una sneaker minimalista con una suola personalizzata che nasconde il monogramma Born Outside "O".

### **SNOW PEAK**

Il brand giapponese, uno dei nomi di punta della sezione I Go Out, partecipa a Pitti Uomo con una nuova selezione di capi e accessori per il camping e la vita outdoor. Fondato nel 1958, da allora è impegnato a trasmettere un messaggio divenuto sempre più importante: il contatto con la natura è rigenerante ed è l'unico antidoto contro la frenesia moderna.

### **WAX LONDON**

Il luxury streetwear di Wax London debutta a Pitti Uomo nella sezione Superstyling. Il brand inglese presenterà i capi della nuova collezione al Piano Terra dell'Arsenale.

### **E ancora in Fortezza torna l'edicola PITTI Mags**

Torna PITTI Mags, all'interno del percorso di Futuro Maschile al Piano Attico, l'edicola blu curata da Frab's Magazines, che a questa edizione offrirà una nuova selezione di riviste dedicate a moda, arte, design, food, beauty, sport e lifestyle per uno sguardo aggiornato sull'editoria periodica di qualità.

## ***In collaborazione con Pitti Immagine***

### **\_ LEON magazine a Pitti Uomo: celebrare 25 anni di stile**

Per celebrare il 25° anniversario di LEON magazine e il 160° anniversario delle relazioni diplomatiche tra Giappone e Italia, LEON collabora con Pitti Immagine a un progetto articolato. Il fulcro è una mostra presso il Padiglione Centrale, che presenta una retrospettiva curata dell'iconica fotografia street-style di LEON a Pitti Uomo. Il programma sarà arricchito da una serie di eventi, tra cui un talk dedicato al settore, un'attivazione interattiva di street style per i visitatori e un esclusivo cocktail.

### **\_ HISTORES a PITTU UOMO 110**

L'associazione che raggruppa 40 multibrand torna a Firenze con **THIS IS HISTORES**, evento in collaborazione con Pitti che si terrà martedì 16 giugno nei giardini di Villa Vittoria.

Durante la serata sarà presentata la decima collezione di **Hindustrie**, house brand di Histores, primo caso in Italia di una private label creata da un'associazione di boutique indipendenti.

*"This Is Histores è un evento, una festa unica nel suo genere ormai un appuntamento fisso nei giorni di Pitti - dice Marco Inzerillo, Presidente Histores - e ha sviluppato un successo che ha superato le aspettative. Con questo momento di incontro vogliamo creare un cerchio, che comprenda collaboratori, fornitori e aziende. Servono sicurezza e stabilità che devono essere garantite dalle nostre aziende. In questa chiave di lettura, il progetto Hindustrie diventa per noi fondamentale per scrivere i capitoli futuri del nostro lavoro.*

### **\_ CAMERA BUYER ITALIA a Pitti Uomo**

Prosegue anche la consolidata collaborazione di Pitti Immagine con Camera Buyer Italia, per offrire agli associati una serie di servizi di welcome alla Fortezza da Basso durante la loro visita al salone. L'associazione riunisce e rappresenta i migliori luxury multi-brands stores sul territorio italiano e internazionale. Sono stati da poco nominati anche i primi ambassador europei; l'iniziativa ha l'obiettivo di costruire un network globale autorevole e strutturato connettendo le migliori boutique indipendenti del lusso, con una voce comune nei confronti di brand, istituzioni e principali player del sistema moda.

## ***Tra gli eventi in calendario in Fortezza segnaliamo:***

### **\_ GOOS Index**

Il primo strumento di intelligence globale, progettato per supportare professionisti, aziende e istituzioni nell'orientarsi all'interno del complesso ecosistema della moda sostenibile, debutta a Pitti Uomo con una presentazione in calendario giovedì 18 giugno (ore 10.00, UniCredit Theatre - Sala della Scherma). GOOS Index raccoglie oltre 1.000 organizzazioni e 3.000 decision maker provenienti da più di 70 Paesi, distribuite in 10 categorie che coprono l'intero spettro del fashion ecosystem: dai brand e aziende manifatturiere, ai fornitori di tecnologie per la sostenibilità e la circolarità, produttori di materiali innovativi, ONG e associazioni, università e centri di ricerca, media e società di consulenza.

### **\_ EMILIO PUCCI: un libro ne ripercorre la storia avvincente**

Il 17 giugno (ore 16.00, UniCredit Theatre - Sala della Scherma), appuntamento con la presentazione del volume **"EMILIO PUCCI: la sorprendente vicenda di un grande artista della moda"**. Dietro l'immaginario dei famosi modelli e colori di Pucci si cela una straordinaria avventura di coraggio e intrighi che ridefinisce la nostra comprensione di questo grande gentiluomo, aviatore e visionario. Perché la sua incredibile storia di resilienza va ben oltre lo stile. Alla presenza degli autori Idanna Pucci e Terence Ward, con la partecipazione di Suzy Menkes.

## ***Tra gli eventi in città:***

### **\_ Centro di Firenze per la Moda Italiana presenta "Aperitivo con gli Chef"**

Mercoledì **17 giugno** presso il Chiostro di Santa Maria Novella, il Centro di Firenze per la Moda Italiana presenta "Aperitivo con gli Chef": protagoniste una serie di eccellenze enogastronomiche

del territorio e rinomati chef. L'evento è realizzato con il Patrocinio del Comune di Firenze, il contributo di Camera di Commercio Firenze, il supporto di CNA Firenze, Confcommercio e sponsor tecnico è il Consorzio Vino Chianti Classico.

### **\_ SEBAGO festeggia i suoi 80 anni**

In occasione di Pitti Uomo 110, in programma da martedì 16 giugno a giovedì 18 giugno, Sebago festeggia a Firenze i suoi 80 anni con la terza tappa del Sebago Boat Tour, che vedrà protagonista l'iconica scarpa da barca Docksides navigare lungo l'Arno.

### **\_ POLIMODA: GRADUATE SHOW 2026**

Il 15 giugno alle 18.30, in una location ancora da svelare, Polimoda presenta il Graduate Show. Nell'anno che celebra il quarantesimo anniversario della fondazione della scuola, le migliori graduate collection degli studenti portano in passerella la pura creatività di una nuova generazione di designer all'esordio della propria carriera. Un universo poliedrico e multiculturale di voci individuali che, insieme, restituiscono una visione sul futuro della moda.

### **\_ IED PATHOS FORMULAS**

**Pathos Formulas** è il progetto espositivo e installativo che IED presenta, martedì 16 giugno alle 18.00, all'ex Teatro dell'Oriuolo. A cura di Francesca Gavin, Editor-in-Chief di EPOCH Review e Direttrice delle Arti Visive di Murmur, il progetto riunisce le pratiche di studenti di fashion design, styling, fotografia, graphic design, video, sound e interior design, attivando un dispositivo transdisciplinare. Al centro della ricerca si colloca il concetto di Pathosformel elaborato da Aby Warburg, inteso come principio di trasmissione e riattivazione di forme espressive nel tempo.

### **\_ Istituto Marangoni Firenze e FARMA 282**

In occasione di Pitti Uomo, FARMA 282 presenta il lancio del terzo numero di **FarmaZine**, intitolato "**Profumo**", in collaborazione con Istituto Marangoni Firenze. L'evento si terrà il **18 giugno 2026**, dalle ore 18.30 alle 22.00, presso **Bunker Galleria**, uno spazio espositivo di arte contemporanea e architettura d'interni situato in **via San Gallo 108r** a Firenze. Con un dj set curato da Nicolò Antonini.

### **\_ BUNHOVA by BUNGARO, "La stanza"**

Nato a Firenze nel 2025, intorno a una borsa progettata da Alessio Mussati, il brand produce accessori e capi in maniera artigianale e a tiratura limitata. Nel quartier generale fiorentino - Studio 64 - il team di BUNHOVA by BUNGARO crea oggetti che possano essere toccati, utilizzati e vissuti. In occasione di Pitti Uomo, il brand presenta la nuova collezione abbigliamento e accessori uomo/donna con l'evento speciale dal titolo "La Stanza" (Studio 64, via Il Prato 64, martedì 16 giugno, ore 17.00 – 20.00, su invito).

### **\_ "Italia di moda": una mostra a Villa Vittoria**

Dopo le tappe di Milano e Roma, la mostra "Italia di Moda" arriva a Firenze con una nuova esposizione dall'11 al 28 giugno negli spazi della Limonaia di Villa Vittoria. Firmato dal fotografo Andrea Varani e interpretato in esclusiva dalla top model di origini russe e ucraine Ludmilla Voronkina Bozzetti, il progetto è il risultato di un viaggio durato oltre un anno attraverso l'Italia: un racconto per immagini che attraversa paesaggi, città e borghi, trasformando la moda in linguaggio narrativo e strumento di dialogo con il territorio, i paesaggi, l'arte e la cultura.

**The Pitti Crew wears  
DICKIES e MUNICH X**

Seguici su:

Instagram: @pittiuomo\_official #pittiuomo #pittiuomo110  
Facebook: @PittiImmagineUomo LinkedIn: @pitti-immagine

