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:
740 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 Primavera-Estate 2027 - 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 **740 i marchi che espongono in Fortezza** (di cui **il 45% in arrivo da più di 30 paesi diversi**), suddivisi in sei sezioni: **Fantastic Classic, Futuro Maschile, Superstyling, Dynamic Attitude, I Go Out** e **Hi Beauty.**

"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 l'ICE – Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane – valorizzano da sempre il ruolo di Firenze nella strategia di apertura internazionale della moda italiana, sostenendo anche in questa edizione estiva 2026 i Saloni dedicati alla Moda di Pitti Immagine. Un contributo decisivo non solo per il programma di incoming dei principali operatori professionali esteri buyers e stampa, ma anche per le attività di comunicazione e immagine volte ad affermare il ruolo centrale di Pitti come manifestazione di riferimento nel comparto Moda e testimone del patrimonio culturale, creativo, innovativo e industriale delle aziende del settore italiane. In Fortezza, Agenzia ICE presenta inoltre una nuova edizione di YOUNG ITALIAN START UP AROUND THE WORLD, un progetto dedicato alle più promettenti start up del Made in Italy. L'iniziativa, realizzata in collaborazione con Pitti Immagine Tutoring & Consulting, è ospitata in uno spazio speciale al piano terra del Padiglione Centrale. Nello stesso spazio è attivo anche un Export Front Desk dedicato alle PMI italiane che non abbiano ancora utilizzato o interessate ad approfondire i servizi di informazione, ricerca, consulenza, formazione offerti da ICE a sostegno dei processi di internazionalizzazione del proprio business sui mercati esteri.

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. "Essere Main Partner di Pitti Immagine significa per noi sostenere un ecosistema simbolo dell'eccellenza del Made in Italy – **dichiara Annalisa Areni, Responsabile Client Strategies Italy di UniCredit** –. Pitti Uomo, in particolare, rappresenta una piattaforma strategica per l'intera filiera del menswear, dalle grandi aziende alle PMI. Un comparto in grado di generare valore, occupazione e competitività internazionale. In un presente in continua trasformazione, la moda ci insegna che la capacità di innovare ed evolvere, mantenendo salda la propria identità, è la chiave per navigare il futuro. È questa la visione alla base di UniCredit Unlimited, il piano con cui sosteniamo la crescita delle imprese e del tessuto 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), **A Ma Maniere** (Stati Uniti), **Above the Clouds** (Australia), **Abseits** (Germania), **Al Malki Group** (Arabia Saudita), **Alessandrelli** (Italia), **Angelo Minetti** (Italia), **Apropos** (Germania), **Atelier X** (Germania), **B1lock** (Cina), **Barneys Japan (**Giappone), **Beaker** (Corea del Sud), **Beams** (Giappone), **Bergdorf Goodman** (Stati Uniti), **Bonvicini** (Italia), **Boyner** (Turchia), **Braun** (Germania), **Brera Praga** (Rep. Ceca), **Breuninger** (Germania), **Brown Thomas** (Irlanda), **Bungalow** (Germania), **C. Wirschke** (Germania), **Capital Grand** (Cina), **Cenere GB** (Italia), **Club 21** (Singapore), **Code 7** (Russia), **Communité** (Turchia), **Craig Ryan** (Stati Uniti),

Deecee Style - Cadruvi Trading (Svizzera)**, Demsa Group/Harvey Nichols Istanbul** (Turchia), **Dongliang** (Cina), **Dover Street Market Ginza** (Giappone), **Dover Street Market Paris** (Francia), **Dover Street Market NY** (Stati Uniti), **Dover Street Market Singapore** (Singapore), **Element** (Cina), **Empty** (Corea del Sud), **End Clothing** (Regno Unito), **Englehorn mode** (Germania), **ESSX** (Stati Uniti), **Estnation** (Giappone), **Fashion Club 70** (Belgio), **Fenwick** (Regno Unito), **Field Theory** (Stati Uniti), **Fig Retail Dubai** (Emirati Arabi Uniti), **Flanella** (Italia), **Frasers Group** (Regno Unito), **Frauenschuh** (Austria), **FWRD** (Stati Uniti), **Galeries Lafayette** (Francia), **Galeries Lafayette India** (India), **Gaudenzi** (Italia), **GR8** (Giappone), **Grey Flannel** (Regno Unito), **Grocery** (Danimarca), **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), **Haven** (Canada), **HHV** (Germania), **Hirmer** (Germania), **Holt Renfrew** (Canada), **I.T./Dover Street Market Beijing** (Cina), **Isetan Mitsukoshi** (Giappone), **ITK** (Lettonia), **John Lewis** (Regno Unito), **Kadewe** (Germania), **Kiosque CC** (Giappone), **L'Esthete** (Francia), **L'Incontro** (Italia), **La Garconne** (Stati Uniti), **La Maison Simons** (Canada), **Lane Crawford** (Hong Kong/Cina), **Le Bon Marché** (Francia), **LMDS** (Cina), **Le 9** (Francia), **Le Capitaine d'a Bord** (Canada), **Level** (Emirati Arabi Uniti), **Liberty** (Regno Unito), **Liverpool** (Messico), **Lodenfrey** (Germania), **Lorenz Bach** (Svizzera), **LuisaViaRoma** (Italia), **Lukse** (Russia), **Luxba Group** (Cina), **Mantovani** (Italia), **Martin Patrick 3** (Stati Uniti), **Marubeni** (Giappone), **Merci** (Francia), **Mercury - TSUM** (Russia), **Michele Inzerillo** (Italia), **Million Goods** (Stati Uniti), **Mitchells** (Stati Uniti), **Moda 404** (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), **Newseum** (Germania), **Nino Alvarez** (Spagna), **Nitty Gritty** (Svezia), **NK** (Svezia), **Nordstrom** (Stati Uniti), **Nugnes** (Italia), **Olé Couture** (Spagna), **One Fifteen** (Taiwan), **Onyx** (Italia), **Papenbreer** (Germania), **Parlamento** (Portugal), **Peggs & Son** (Regno Unito), **Peek & Cloppenburg** (Germania), **Pockets** (Regno Unito), **Printemps** (Francia), **Printemps NY** (Stati Uniti), **Reischmann** (Germania), **Reyer Sport** (Austria) **Rezet Store** (Danimarca), **Rialto Living** (Spagna), **Richard Gelding** (Regno Unito), **Rinascente** (Italia), **Road Sign** (Taiwan), **Robert Old** (Regno Unito), **Rosa & Texeira** (Portogallo), **Rubaiyat** (Arabia Saudita), **Sagmeister** (Ajustria), **Saks Global** (Stati Uniti), **Sanahunt** (Ucraina), **Shift/Saks85** (Ucraina), **Simple Caracters** (Grecia), **SKP** (Cina), **Ships** (Giappone), **Smets** (Lussemburgo/Belgio), **Sprmrkt** (Paesi Bassi), **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), **Tom Greyhound** (Corea del Sud), **Trend** (Italia), **Trends Fashion** (Taiwan), **Trunk** (Regno Unito), **United Arrows** (Giappone), **Univers Homme et Femme** (Filippine), **Valico** (Italia), **Vogel Strauss** (Germania), **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**

I brand protagonisti

740 i brand
dei quali il **45% 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 SSAW 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*, tra i quali troviamo: **CMF Comfy Outdoor Garments, IS-NESS, Yunli, Natal Design, Pandaprank, Seeingred, Somewhere Outside**, 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.

Le 6 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 6 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 Maffeis 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, Tatras, 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, Castañer, Clabry, Colony Clothing,Crimagno, 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, Phileo, 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, Blkvis, 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, Vision of Super, Woolrich, Woodbird.

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, L. F. Lidfort, Les Deux, Manifattura Ceccarelli, Mos Mosh Gallery, Nanamica, Never Enough, 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, Outrails, Scandinavian Edition, Snow Peak**

HI BEAUTY
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.
Tra i brand di Hi Beauty: **Cent.pm, En Doft, Henrik Vibskov, HöbePergh, Obayaty, Ouder, Saranghaeyo, Synesthésie**

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 - **mercoledì 17 giugno alle ore 22.00 al Complesso di Sant'Orsola** - 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. *(vedi comunicato dedicato)*

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**

Inoltre, il brand **Theballon** - ispirandosi al tradizionale *gat* coreano indossato durante la dinastia Joseon, reinterpretato con una visione design contemporanea - ha firmato le esclusive tote bag pensate per una selezione di buyer e stampa.

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** from **MARUCHO, InakaDate** from **SUNLINE, J.PRESS** from **ONWARD KASHIYAMA, S.ESSENTIALS** from **SANYO SHOKAI, SANYOCOAT** from **SANYO SHOKAI, SKEWed, W.T.** from **SUNLINE**

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, Soarin, Soarin World, 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.

Tra i brand protagonisti: **American Vintage, Antik Batik, Armor Lux, Bombers Original, Cachí, Caleb Paris, Chapal, Classic Legend Motors, Corso Mille, Daytona73, Emile Garçon, Europann, Francesco Smalto, Iron and Resin, Jagvi. Rive Gauche, Le Temps des Cerises, Maison Hideout, Museum**

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 brand protagonisti: **A. Leyva, Abarca Shoes, Andreu, Calce, Castañer, Flabelus, Gerry St. Tropez, Gaimo, Guanabana Handmade, Mwm Mod Wave Movement, Natural World, Satorisan, Ses Palma, Victoria, VTR, Zampiere**

Tra i NOMI NUOVI e i RIENTRI:
030, Abarca Shoes, Alpenhaus, Ancient Greek Sandals, AIKON, Bellwood, BePositive, Blkvis, Born Outside, Boyan, Castañer, Clabry, Colony Clothing, Crimagno, CMF Comfy Outdoor Garments, Danward, Dickies, Domozero, Ducanero, Frescobol Carioca x La Marzocco, Gazzarrini, Gogutsa, Guanabana Handmade, Griffin, Harber London, Hestern, IS-NESS, Yunli, Kapten & Son, Kappy Design, Kavki, Ketta, Kimusso, Max'n Chester, Mayser, Mexicana, Mimir, Mismo, Mosso Sunwear, Murphy & Nye, Natal Design, Neude, One Node, Original Penguin, Outrails, Pampeano, Pandaprank, Phileo, Pier Sicilia, Piumha Studio, Private White V.C., Pro-Keds International, Rajesh Pratap Singh, Refrigiwear, Rules of Faith, Ses Palma, Seeingred, Septwolves, Soarin, Soarin World, Soryn, Soloio, Sombrero Life, Somewhere Outside, Sundek, The White Briefs, VTR, Wax London, XD Men, Zifei Wang, Zyphor

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 "Icone 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, torna a Pitti Uomo all'interno di uno scenografico spazio - indoor e outdoor - nel Padiglione delle Ghiaia. Sarà l'occasione per scoprire il nuovo corso del marchio e le novità della collezione premium SS27, presentata per la prima volta a Pitti. "Il nostro ritorno a Pitti Uomo è una dichiarazione d'intenti" dice **Oscar Feldenkreis, CEO of Perry Ellis International, proprietario di Original Penguin.** "Stiamo accelerando la crescita in Europa e guidando il brand verso canali contemporanei più raffinati, restando fedeli all'artigianalità e allo storytelling che ci definiscono da oltre sette decenni".

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. Lo spazio espositivo ospiterà una moto ufficiale MotoGP del VR46 Racing Team, simbolo della partnership tra il brand e il team di Valentino Rossi, di cui RefrigiWear è sponsor ufficiale.

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 cafè– 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.

CASTAÑER
Partono da Pitti Uomo 110 le celebrazioni per i cento anni di Castañer. Fin dal suo esordio, il marchio ha rappresentato un punto di vista distintivo: un approccio mediterraneo al design, essenziale, tattile e intenzionale. 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. Basta ricordare che la zeppa in juta, un design originale che ha ridefinito la moda in collaborazione con Yves Saint Laurent negli anni '70, è

entrata a far parte della collezione permanente del Museum of Modern Art.

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.

Australian x Roy Roger’s
Due icone italiane, Australian e Roy Roger’s, si incontrano per dare vita a una collezione che reinterpreta l’estetica del tennis attraverso materiali ricercati, silhouette contemporanee e dettagli distintivi. Nasce così un guardaroba che unisce autenticità, qualità e spirito italiano, portando l’eleganza del tennis fuori dal campo e dentro la vita di ogni giorno.

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 con The LEON Pitti Style Archive
Per celebrare il 25° anniversario di LEON magazine e il 160° anniversario delle relazioni diplomatiche tra Giappone e Italia, LEON presenterà una mostra speciale alla Fortezza durante Pitti Uomo.Fin dal suo lancio nel 2001, LEON è stata la prima rivista lifestyle giapponese dedicata a rendere gli adulti ancora più eleganti e affascinanti, raccontando moda, cultura, viaggi, gastronomia e l’arte italiana di godersi la vita. La mostra presenterà gli street snapshot realizzati da LEON a Pitti Uomo nel corso degli anni, insieme a immagini di stile iconiche apparse sulle pagine della rivista. Sarà inoltre offerto un aperitivo: invitiamo quindi tutti i gentiluomini dallo spirito LEON presenti a Pitti a venirci a trovare. .

_ HISTORES a PITTI 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.

_ CAMERA MAESTRANZE ARTIGIANALI
Pitti Immagine rinnova la partnership con Camera Maestranze Artigianali, il brand d'eccellenza impegnato nella valorizzazione e nella promozione delle piccole e medie imprese manifatturiere italiane. Attraverso questa collaborazione, Pitti Immagine celebra il saper fare e la qualità italiana e sostiene attivamente un settore strategico per l'identità culturale ed economica del Paese, promuovendo l'autenticità del Made in Italy.

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.

_ Spainfashion talk: raccontando il Made in Spain
Il 18 giugno (ore 11.00, UniCredit Theatre - Sala della Scherma), focus sull'identità della moda spagnola, la sua storia e il suo posizionamento internazionale, grazie a un talk organizzato in collaborazione con ICEX, che promuove la creatività made in Spain in tutto il mondo, **Parteciperanno Federico Galli, fondatore di ShoppingMap, e il brand Castañer**. A seguire verrà offerto un caffè. Evento su invito.

_Beyond Quiet Luxury: The New Luxury of Feeling Good
Oltre lo status: un talk firmato ECCO su come comfort, innovazione e design lavorino insieme per trasformare il lusso in un'esperienza personale. Con Francesco Martino, moderator e Style Editor di GQ; Fabio Kalosh, industry expert e divulgatore di moda; Paolo Mantovani, imprenditore e buyer di moda italiano e Silvia Capozza, General Manager di ECCO.

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.

_ Style in progress
Style in progress, magazine B2B di riferimento per la moda e il design internazionali, in occasione di Pitti Uomo presenta alla community fashion riunita a Firenze il numero 100 della rivista. L'evento di lancio è fissato per il 15 giugno al 25hours Hotel (ore 18.00 - 21.00). Su invito.

_ 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).

_ "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.

_ Navigare
Navigare, il brand che dal 1961 racconta un modo autentico di vivere lo stile italiano, presenta in Fortezza la nuova visione del brand e la collezione SS27 - studiata tra eleganza casual e spirito nautico - che saranno protagoniste anche di un evento presso la Loggia, Coin-Firenze, il 17 giugno alle ore 19.00.

The Pitti Crew wears
DICKIES e MUNICH X

Il design Made in Italy di RIFLESSI firma gli arredi della Press Room

Seguici su:
Instagram: @pittiuomoofficial #pittiuomo #pittiuomo110
Facebook: @PittiImmagineUomo LinkedIn: @pitti-immagine

with the support of Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale · ITA ITALIAN TRADE AGENCY · OpportunItaly · *main partner* UniCredit · *under the patronage of* Comune di Firenze · *associated to* it·ex