

MARVIS  
FOREVER



WHITE, RED & GREEN

**FIRENZE  
SPETTACOLO**

WINTER 2023  
**info**  
PITTI



 PITTI IMMAGINE UOMO



DA MARTEDÌ 10 A VENERDÌ 13 PITTI UOMO 103

# PITTI, UNA NUOVA ROTTA

Pitti Immagine Uomo 103 è un'edizione ricca di novità che porta con sé la voglia di muoversi, scoprire e sperimentare, in una dimensione crossover sempre più internazionale. Si ampliano gli spazi in Fortezza e si arricchisce il percorso espositivo: torna I GO OUT, debuttano i progetti "PITTIPEETS", spazio esclusivo dedicato agli accessori e al lifestyle pensati per gli animali, e "the SIGN", nuova area speciale dedicata agli oggetti, ai complementi di arredo e di stile più innovativi.

Quattro giorni densi di lanci, anteprime, progetti ed eventi speciali, in Fortezza da Basso e, soprattutto in giro per la città. Un caleidoscopio di sfilate, fashion show, aperitivi e chi più ne ha più ne metta.

Su tutti i tre main events di questa edizione: il Designer Project Jan-Jan Van Essche nel Complesso di Santa Maria Novella, Pierre-Louis Mascia a Palazzo Antinori e Martine Rose, Guest Designer alla Loggia del Porcellino. Parte la caccia all'invito!

**PITTIWAY, il tema** - Ripartire è il desiderio di tutti, ma decidere la direzione, orientarsi, fare delle scelte non è semplice. Indicazioni, stimoli, sollecitazioni ed esigenze non sempre convergono, e il procedere non può essere lineare. PITTIWAY interpreta il mood e le aspirazioni di oggi, trasformandoli nel filo conduttore delle campagne pubblicitarie e degli allestimenti in Fortezza da Basso. Una giungla di informazioni visive, tra totem, strisce e led che illuminano le ore serali, con una serie di speciali allestimenti seguiti dall'architetto Alessandro Moradei. Una moltitudine ludica di cartelli che prendono in prestito il linguaggio segnaletico e lo reinterpretano con una grafica pop e originale. Quale direzione prendere?

## Pitti and the City

top  
eventi  
in  
città

### LUNEDÌ 9

#### CMFI Dinner Gala

Ad anticipare i Saloni di Pitti Immagine 103, la consueta cena del Centro di Firenze per la Moda Italiana a **Palazzo Gondi** (ore 20, su invito).

### MARTEDÌ 10

#### Baldessarini Show

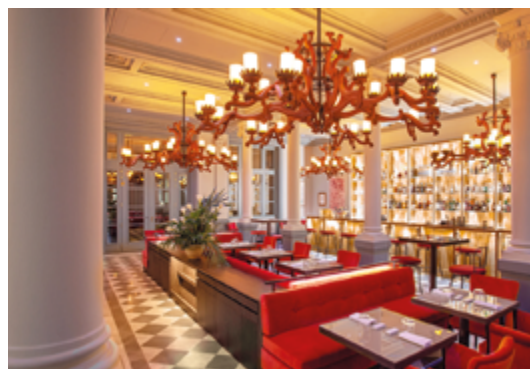
Il brand di abbigliamento elegante per uomo presenta un fashion event a **Palazzo Corsini** sul Lungarno (ore 17.30, su invito).

#### Red Sox Appeal

Cocktail party al **Caffè Paszkowski** in piazza della Repubblica (ore 18-21, su invito).

#### Cucinelli Gala

Un altro evento ormai tradizionale durante la settimana di Pitti: la cena di gala organizzata da Brunello Cucinelli a **Palazzo Borghese**, in via Ghibellina 110 (ore 20.30, su invito).



#### Salon of Excellence

A **Palazzo Gaddi** (via del Giglio 9) DeGorsi presenta una selezione di marchi artigianali: Chiaia Napoli, camicie Maison Siniscalchi e pantaloni di Voglio Napoli. Viola Milano presenta il loro ultimo lifestyle di lusso e accessori. Morittu e Marchesini tailoring presentano una capsule sartoriale d'avanguardia. Gioielli couture Encarnacion e accessori Syetvie (ore 18-20, su invito).

#### Scarosso & Friends

Cocktail a Helvetia & Bristol ore 18.30-21, su invito).

#### Gianni Lupo

Cocktail party e dj set al **Cibreo Helvetia & Bristol** in via Vecchietti 5 (dalle 17.30, su invito)

#### Ixos X Preview

Fabio Malloni invita alla press preview dello speciale progetto Ixos X in via Tosinchi 14 (ore 18-20, su invito).

#### Future\_Verse Party

Il Party esclusivo di **Istituto Marangoni Firenze**, in una location segreta (ore 22, su invito).

### MERCOLEDÌ 11

#### Le Mani di Napoli

Cena al **Golden View** organizzata dall'associazione di artigiani del settore moda made in Napoli (ore 20, su invito).

#### Antony Morato

Party con special guest dj Cassy al **Cinema Odeon** in piazza Strozzi (ore 22, su invito).



#### Jan-Jan Van Essche Designer Project

Lo stilista belga porta a Firenze il suo concetto di moda fluida ed essenziale nel corso di un evento unico nel suo genere, in programma all'interno del Complesso di Santa Maria Novella (ore 17, su invito).

#### Pineider

Cocktail party nella Boutique Pineider in Lungarno Acciaiuoli dal titolo Passions & Gaming (ore 17-21, su invito).



#### Pierre-Louis Mascia Special Event

Oltre a partecipare in Fortezza da Basso, Pierre-Louis Mascia presenta l'evento speciale **PHILOCALIE**, antologia che racchiude natura, cultura, arte e moda e che trova espressione sui tessuti realizzati da Achille Pinto, che proprio nel 2023 celebra i quindici anni di partnership con il brand. Un'installazione esperienziale all'interno di un luogo straordinario come Palazzo Antinori (ore 18-20, su invito).

#### Palazzo Finlandese

Torna la serie di eventi firmati PALAZZO FINLANDESE, lanciata da Juni Communications e SSWA Magazine. A **Palazzo Pucci** la presentazione della collezione AW23 di VAIN, design project interdisciplinare fondato nel 2019 a Helsinki dall'artista e creative director Jimi Vain (ore 21.30 e 22, segue party, su invito).

#### AlphaTauri

Cocktail e cena alla **Manifattura Tabacchi** in via delle Cascine 35 (ore 19.30, su invito).

#### Pink Memories

Presentazione della nuova collezione P/E 23 nella esclusiva **Secret Room** dello store in via delle Vigna Nuova 14r (ore 18-20, su invito).

#### Istituto Modartech a The Social Hub Firenze

10 anni di Sostenibilità: dalle parole ai fatti: Creative Exhibition and Cocktail (ore 16-20, su invito).

#### Faliero Sarti

Firenze made in Tuscany presenta il party e dj set in una location segreta (ore 21, su invito).



GIOVEDÌ 12



## Martine Rose Guest Designer

La stilista di origini anglo-giamaicane presenta in anteprima la collezione Autunno-Inverno 2023-24 della sua omonima label, con un evento speciale alla Loggia del Porcellino (ore 19, su invito).

### Cuoio di Toscana

A Palazzo Strozzi la presentazione di Cuoio di Toscana Club x Lovers (ore 18.30-23, su invito).

### Rock-Hat Man in Florence

Il brand di cappelli Doria1905 presenta, all'Hotel Bernini Palace in piazza San Firenze, la serata Live session di Federico Poggipollini con Alberto Linari al piano (ore 19, su invito)

### Accademia Italiana

Asta di beneficenza di capi pre-loved trasformati in outfit non gender dalla creatività degli studenti, sotto la guida di Fashion Revolution, Diversity Lab e LottoZero. Partecipano Marina Spadafora ed Elena Inaneselli. dalle ore 16 alle 19 - Piazza Pitti 15 - Ingresso libero su prenotazione, aperto alla stampa.

### Italian Fashion Cookbook

Al Kartell Store in via dei Pescioni 11r, presentazione del libro di Vittoria Melchioni dedicato alle eccellenze italiane: moda e cibo. Le ricette del cuore di 70 stilisti e modelle (ore 17).

# Highlights in Fortezza

Eventi, cocktail, anteprime nei saloni di Pitti Immagine Uomo 103

## MARTEDÌ 10

ore 10.30 Unicredit Theatre: Cerimonia di apertura ufficiale (su invito).

ore 12.30-14.30 Padiglione Centrale: L'impermeabile - L' ImperGin Tonic. Cocktail. Su invito.

Ore 14-16 Padiglione Centrale: J=QUALITY - collezione POSTELEGANT di Yuya Nakata con 11 aziende giapponesi. Cocktail.

Ore 14-16 Sala della Ronda: Keen x Hiking Patrol - Il fondatore di Hiking Patrol, Wai Tsui, presenta la nuova collaborazione con Keen.

Ore 16-18 Padiglione Centrale: Incotex Blue Division - Cocktail meet & greet con l'azienda. Su invito.

Ore 16.30-18 Costruzioni Lorenesi: Histores - Associazione di boutique multibrand. Cocktail. Su invito.

Ore 16.30-18 Padiglione Centrale: Scotch Whisky Tasting hosted by Johnstons of Elgin - Per festeggiare 225 anni delle aziende inglesi. Su invito.

## MERCOLEDÌ 11

ore 9-18 Armeria: 2Star ospita allo stand Filippo Bisciglia e Pamela Camassa.

Ore 11 Costruzioni Lorenesi: Federazione Moda Italia per lo stile, la ricerca e la sostenibilità. Cocktail. Su invito.

Ore 11 Cortile del Teatrino: Juicy Couture - Ospite speciale allo stand.

Ore 11.30 Costruzioni Lorenesi: Arbitr e Le mani di Napoli - Il ruolo dei maestri. L'associazione dei maestri che detengono i segreti del gusto e della vera arte qualitativa partenopea.

Ore 11.30 Padiglione Cavaniglia - U.S. POLO ASSN. Presenta un Talk con Fiammetta Cicogna, insieme all'attore Roberto Ciufoli e a Alessandro Giachetti, responsabile del dipartimento polo della FISE per parlare di moda, cavalli e sport.

Ore 12 Sala delle Nazioni: Chateau Orlando A conversation with Luke Edward Hall. Su invito.

Ore 13-15 Padiglione centrale: Silvio Calvigioni Tombolini incontra la stampa e presenta il digital show. Light lunch. Su invito.

Ore 15 Costruzioni Lorenesi: Incontro Sarti e artigiani hanno capito che si deve cambiare il passo! Voglia di rinnovare, innovare, ricercare... Nuovi tessuti, materiali, fogge, interpretazioni, esigenze, scarpe, cravatte per un uomo nuovo ma classico.

Ore 15 Arsenale: Presentazione S|Style

Ore 16-19 Sala della Volta: Bikkembergs Reloaded. Bikkembergs con un nuovo format che racconta il percorso del brand.

Su invito.

Ore 16-18 Padiglione Centrale: Incotex Blue Division. Cocktail. Su invito.

## GIOVEDÌ 12

ore 12 UniCredit Theatre - Talk: Italia and Japan: bridging creativity and craftsmanship - Una dissertazione sull'umanità dell'artigianalità in contrapposizione ai mondi digitali nei difficili tempi in cui viviamo. Speakers Masafumi Suzuki, Hirofumi Kurino moderata da Gianluca Cantaro.

Ore 14-16 Sala della Ronda: Rolf Ekroth FW23 - Cut by Fiskars, Presentation & drinks.

Ore 16- 18 Padiglione Centrale: Incotex Blue Division Cocktail. Su invito.

## ANTEPRIME

**Bikkembergs** presenta la preview dei nuovi concept store, nuove licenze e nuovi partner **Ecoalf** presenta la collezione FW23 composta al 60% tessuti monomateriale, lanciando anche la photocall "Because There is no Planet B", per ispirare il cambiamento e aumentare la consapevolezza sulla necessità di proteggere il nostro pianeta.

**Holubar** celebra i 75 anni del marchio con 3 collaborazioni speciali con Nigel Cabourn, Denham e Vibram.

**Piquadro** presenta in anteprima la collezione di capispalla, prodotti "slasher" funzionali, tecnici e confortevoli.

**Superduper feat. Lorenzo Jova** - Dopo il successo della collaborazione lanciata in estate con il Jova Beach Party, Superduper presenta l'ultimo scambio creativo con Lorenzo Jovanotti.

**Jeckerson, from Heritage to Future** - Il 5 tasche iconico presenta la collezione A-I 24, una nuova attitudine, rivelata attraverso un contemporaneo linguaggio architettonico, fotografico ed estetico.

**WP. LAVORI** in corso presenta Filson, Blundstone e Spiewak

L'evoluzione del mondo **Ciesse Piumini**: capi iconici dal carattere contemporaneo, tra performance, tecnologia, avventura.

La nuova collezione **Windsor** ispirata a Berlino e la capsule in cashmere riciclato, Windsor. x Black Noir.

**Rodd & Gunn New Zealand**, premium presenta la nuova collezione tramite un'esperienza totalmente incentrata sulla lana, in collaborazione con Woolmark.

Da segnalare infine gli importanti rientri di Altea, Begg x Co, Gloverall, Edward Green, Heschung, Hestra, Hettabretz, Inis Meáin, Mey Story, Quartz Co., Rossignol, Tricker's, WANT Les Essentiels, Yves Salomon.

Calendario in progress su [www.pittimmagine.com](http://www.pittimmagine.com)





DA MERCOLEDÌ 18 A VENERDÌ 20

# Pitti BIMBO 96



Da mercoledì 18 a venerdì 20 alla Fortezza da Basso, il salone del kidswear si amplia e si presenta all'edizione invernale con un brand mix rinnovato e sempre più internazionale. Moda, lifestyle, beauty care, editoria si espandono in nuovi percorsi espositivi, colorati e ludici. In più, eventi, debutti e collaborazioni per una tre giorni piena di energia. 250 brand partecipanti, di cui il 70% proveniente dall'estero.

Tra i brand protagonisti: Aigner, Antony Morato, AO76, Bikkembergs, Bugatti Junior, Canadiens, Carter\_White Dubai, Cross, Di Dutchjeans, Dolce & Gabbana, Falcotto, Fun & Fun, Hanssop, Herno, Izipizi, John Richmond, Kickers, Mc2 Saint Barth, Molo, Nanan, Naturino, Perry Ellis America Kids, Play Up, Pom D'Api, Perry Ellis America Kids, Petite Amalie, Play Up, Please Kids, Pom D'Api, Prairie Saint Petersburg, Rossignol, Sarabanda, Vingino, Vlasta Kopylova.

## Highlights

Grande ritorno per **Monnalisa**, che sfila in Fortezza mercoledì 18; **Dolce & Gabbana** interpreta il concept PITTITWAY con una speciale creatività;

il lancio della collezione Junior lifestyle 2023-24 di **Rossignol** che unisce tecnicità ed eleganza per ottenere l'unione perfetta di due universi: la montagna e la città; **Nanan** torna con la nuova collezione e il lancio della linea di mobili; debutta **Nenalife Kid Care**, il nuovo marchio di kid care firmato da Francesca Rocco.

DA MERCOLEDÌ 25 A VENERDÌ 27

# Pitti Filati 92

**Pitti Immagine Filati**, salone di riferimento per il mondo dei filati e della maglieria a livello internazionale, torna nella sua location originaria della Fortezza Da Basso. Dopo due edizioni andate in scena alla Stazione Leopolda, la fiera si riappropria della sua dimensione iniziale, con gli spazi e i grandi allestimenti delle aziende che hanno contraddistinto la manifestazione fin dall'inizio.

Appuntamento con le collezioni delle più importanti filature italiane e internazionali, le tendenze del domani raccontate nello Spazio Ricerca con le speciali installazioni di **Angelo Figus** e **Nicola Miller**, le nuove proposte maglieria dell'area Knitclub e le aree speciali di Fashion at Work e CustomEasy.

In contemporanea, sempre in Fortezza, **Vintage Selection**, mostra mercato dedicata alla moda Vintage.



RITRATTO DI PRORASO



Blues Barber, Firenze.  
Ogni barbiere ha la sua storia  
e dentro c'è Proraso.



DOVE C'È UN BARBIERE



# IL FUTURO DI PISTI

Alla vigilia della nuova edizione invernale di Pitti Immagine Uomo (e Bimbi e Filati) abbiamo chiesto ad alcune giornaliste fiorentine specializzate nel settore come vedono la fiera della moda dopo gli anni della pandemia e altri disastri mondiali che incombono su di noi. Tutto torna e tornerà come prima oppure ci sono dei cambiamenti importanti in corso? Se sì quali? La loro opinione, la loro visione.

**EVA  
DESIDERIO**

La Nazione,  
Il Resto del  
Carlino  
Il Giorno  
Quotidiano.net



Nulla sarà più come prima. E forse non è proprio tutto male. Perché Pitti Uomo arrivato in edizioni pre-pandemiche a radunare in Fortezza anche 1200 e più marchi cominciava ad essere un gigante un po' ingombrante, caotico, dove colossi del look maschile si trovavano a confrontarsi con realtà piccolissime e un po' invadenti. Che, per carità, ben venga il nuovo e la nicchia ma spesso non era così, il fare numero offuscava la creatività. Poi tre anni di dolori e sofferenza vera che ha messo alla prova duramente il salone internazionale ma soprattutto i bilanci di Pitti Immagine. Ma non la tenuta della squadra che ha reagito alla grandissima con bon line, la continuità e la tenacia dei contatti, un prestigio consolidato in anni e anni di lavoro serio e appassionato, scouting perfetto e spesso sensazionale (che bei ricordi!), di giovani talenti lanciati come dal nulla che si chiamavano e si chiamano ancora oggi Raf Simons. Poi la scrematatura e lo smarrimento post pandemia e subito la ripartenza gagliarda che ci porta a questo Pitti Uomo 103 con numeri importanti, un po' più di 750, e marchi al top, nonostante diverse "fughe" a Milano che spesso hanno il sapore dell'ingratitudine e della poca riconoscenza. Aziende familiari qui a Firenze sono diventate famose e internazionali, ora paiono essersi improvvisamente dimenticati di tutta la strada fatta insieme a Pitti Immagine e Centro Moda. Peccato, bisognerebbe sempre un po' guardare indietro se si vuole puntare al futuro ma la vanità di presentare in proprio a Milano è troppa... Pitti Uomo ora rialza la testa con ottimi numeri e tante sezioni, alcune sperimentali. Si allarga al lifestyle e pensa anche ai nostri compagni di vita, cani e gatti, con proposte di look e benessere, traguardo che solo agli incauti e ai puristi può sembrare esagerato. E invece no, la gente anche quella più alla moda, vuole sentirsi rappresentata da un mondo, da una tendenza in cui riconoscersi, da un'amore per i bei prodotti, finalmente duraturi. Poi c'è il cambio di prospettiva dei più giovani, che non ritengono più la moda icona fondamentale della loro esistenza, non sono più ossessionati dai loghi e dai marchi, scelgono in base alla voglia vera di abbigliarsi in modo personale, magari mixando tipologie di prodotto, attenti a capi che rispettano la natura, frutto di una filiera dello stile sana e

consapevole. La chiamiamo sostenibilità, ma a me piace più definirla nuova semplicità e voglia di natura. Insomma Pitti Uomo sta imboccando una via certo più difficile rispetto a tre anni fa coi super numeri e la Fortezza che esplodeva. Adesso come critico di moda spero che la situazione si ribalti e si torni a visitare gli stand con occhi concentrati sulle sorprese creative.

**SILVIA  
PIERACCINI**

Il Sole 24ore



Non è facile dire se Pitti Uomo tornerà ad essere com'era prima del Covid, quando alla Fortezza da Basso c'erano 1.200 marchi che presentavano le collezioni attirando 35mila visitatori, e Firenze erano invasa da tanti eventi e tante presentazioni delle aziende di moda. Quei numeri sono ancora lontani, ma ci sono tre elementi che lasciano ben sperare.

- 1) le crisi ci sono state anche in passato, ultima quella economica del 2008, e la fiera fiorentina della moda maschile si è sempre ripresa, riuscendo addirittura a trovare nuove strade, nuovi stimoli, nuovi temi e nuovi argomenti a cui attingere.
- 2) è vero che le modalità e i tempi di presentazione delle collezioni sono cambiati, che il digitale ha ormai contagiato tutte le aziende, che i grandi marchi che venivano al Pitti Uomo oggi presentano le collezioni nel proprio showroom o sul Metaverso; ma è anche vero che nessun canale digitale al mondo potrà mai sostituire il piacere di toccare un tessuto, vederne la trama, confrontarne la 'mano'; e nessun canale digitale potrà mai sostituire le chiacchierate negli stand, i confronti con i prodotti esposti dalle aziende concorrenti, lo scambio di idee e di prospettive che una fiera permette.
- 3) il traguardo non dev'essere quello di una fiera che torni ad essere "come prima del Covid", quanto piuttosto quello di una fiera "nuova", che sappia guardare alle nuove organizzazioni produttive, ai nuovi canali distributivi e di comunicazione, alla sostenibilità "vera". Lo stile e il design restano il cuore, ma c'è bisogno anche del corpo.

**LAURA  
ANTONINI**  
Corriere  
Fiorentino



Sono anni di grandi cambiamenti. Una pandemia, la guerra nel cuore d'Europa ma anche il debutto del metaverso e una rinnovata sensibilità verso la crisi ambientale. Uno scenario che determina e modifica anche il mondo della moda. Pitti Uomo, manifestazione leader nel settore del guardaroba maschile che da sempre inaugura i calendari della moda con l'avvio del nuovo anno torna a farsi interprete delle esigenze rinnovate. Una fiera che cerca di adeguarsi alla realtà e di sperimentare nuove formule. La fiera digitale, la possibilità di vedere le collezioni oltre il tempo fisico della manifestazione. Assistiamo poi ad un turnover di marchi. Alcuni hanno lasciato definitivamente la piazza fiorentina preferendo fare le presentazioni di collezione a Milano in Showroom; altri si affacciano per la prima volta in Fortezza. Spesso sono marchi piccoli e nuovi che hanno bisogno di quella visibilità internazionale che la fiera è ancora capace di dare ospitando buyer stranieri interessati al lavoro di scouting degli uomini e delle donne di Pitti Immagine.

Allo stesso tempo tra gli stand debuttano nuovi spazi (design e pet) dedicati al lifestyle, essendo la moda ormai percepita oltre la semplice espressione di un modo di vestire a 360 gradi, come capacità di vivere le diverse dimensioni dello stile. Ancora non è facile capire quale sarà la piega che prenderà questa manifestazione cara a Firenze nei prossimi anni. Un'apertura verso il mondo internazionale resta grazie alla partecipazione di ospiti speciali che, sempre di più, corrispondono a stilisti destinati a modificare il gusto del guardaroba per i grandi marchi. Era successo con il compianto Virgil Abloh che proprio durante un'edizione estiva di Pitti, qualche anno fa, aveva portato la sua etichetta Off-White per poi approdare a Louis Vuitton. Quest'anno sono attesi il stilista Martine Rose che, secondo esperti, potrebbe essere proprio l'erede di Abloh al timone del marchio francese, e il belga Jan-Jan Van Essche con il suo concetto di moda fluida ed essenziale. Protagonista indiscussa resta la Fortezza con gli stand e le anticipazioni di prodotto sulla prossima stagione autunno inverno. Non resta che attendere.

**ILARIA  
CIUTI**  
La  
Repubblica



Si era detto tutto cambierà. Appena finiti i lock down si è ripreso a uscire, a ben vestirsi, a spendere, a consumare. Tanto che la moda, specie di lusso, ne ha beneficiato assai più di quanto essa stessa si aspettasse, con un 2022 in cui i fatturati hanno scavalcato quelli ante covid. Tutto come prima?

Non esattamente, perché i gusti sono cambiati, è venuto in auge il vestire formale benché più spigliato, essendosi liberati dopo due anni matrimoni e occasioni sociali. Basti dire che i capi che hanno avuto il maggiore aumento sono cravatte, camicie, gilet. Ma se la voglia di tornare a uscire vuole un'eleganza ringiovanita, la lunga passata abitudine al divano di casa esige anche leggerezza, comodità, comfort. Purché di qualità. Finisce, inoltre, il gioco dello sportswear e dello street style, vince l'outdoor, il semplice piacere di uscire all'aria aperta. E Pitti Uomo lo intercetta con la sezione "I go out". Sono tornati gli espositori e i buyer, certo ancora la metà di prima. Ma la si giudica una buona ripartenza e che il desiderio di toccare, vedere e confrontarsi non si estinguerà, anzi conviverà con l'online, giungendosi a vicenda.

Ma cosa accadrà adesso con un futuro assai incerto, tra la massima inflazione di questa generazione, guerra, incertezze della politica internazionale, come delle materie prime e dei loro costi? Difficile prevedere, la situazione è fluida e a questa fluidità dovranno adattarsi anche il mondo della moda e le sue fiere. Compresa l'attitudine gender fluid che obbligherà la moda a ripensarsi, non solo nel design ma anche nel vendere e nel presentarsi. Dunque anche le fiere della medesima. Come, non solo per via dell'inflazione ma anche per una nuova attitudine, ancora prima della sostenibilità che è più complessa, arriva specie tra i giovani la circolarità e il vintage impera perfino nei corner dei grandi department store, vedi A.N.G.E.L.O., l'usato più famoso, alla Rinascente. Un tema su cui anche le fiere dovranno riflettere.





**BEATRICE CAMPANI**  
ANSA



E se il futuro di "Pitti Uomo" fosse "Pitti Lifestyle"? A guardare la mappatura della prossima edizione, sembra quasi riduttivo inserire la fiera sotto al cappello "uomo". E anche l'organizzazione deve aver pensato che per orientarsi in questo dedalo di avversità, la fiera debba diventare un luogo che ogni sei mesi si evolve all'insegna dell'inclusività, abbracciando tutto ciò che accade nel sistema moda e lifestyle e dando voce a chi ne ha bisogno. Questo vale per le categorie merceologiche in mostra: all'edizione 103 di gennaio 2023 nascono le nuove sezioni dedicate all'abbigliamento outdoor, all'interior design e agli accessori per animali. Tra i padiglioni della Fortezza non ci sono più solo collezioni di abbigliamento e accessori uomo e donna, ma tutto quello che sta dentro al cappello "lifestyle". Ma vale anche per tutti quei brand che puntano sulla fiera per proporre la propria idea di moda (genderless, ad esempio), per lanciare un messaggio o per

avviare un discorso su temi importanti, come diritti civili, sostenibilità, etica del lavoro. Temi che fanno breccia nel cuore degli Under 30, molto attenti e informati. E che quindi anche i compratori cercano nelle collezioni da ordinare per i propri negozi. Proprio in questo senso va vista la scelta dell'organizzazione di invitare come ospite lo stilista belga Jan-Jan Van Essche, che porta a Firenze un concetto di moda fluida, ovvero senza distinzione di genere.

Certamente la fiera sta dialogando con le grandi problematiche del momento, pandemia e guerra hanno influito sulla presenza dei brand al salone che sono 759 confermati nel momento in cui scriviamo (erano 1200 prima della pandemia). Ma c'è anche la questione buyers: arrivare in Italia, come ben sappiamo, da alcuni paesi del mondo è ancora molto difficile, se non impossibile. Questo implica una minore presenza di compratori in Fortezza. Ecco che aprirsi e non chiudersi, includere e non escludere, potrebbe essere una strada che la dirigenza ha individuato come l'unica possibile. Ampliando le possibilità, per i brand e per i buyers.

D'altra parte, Pitti Immagine ha dimostrato le proprie capacità ed eclettismo con altri saloni: Taste dedicato alle eccellenze eno-gastronomiche, Fragranze per la profumeria artistica, Testo per i libri. Probabilmente per Pitti Uomo l'idea è quella di includere in Fortezza tutto quello che ruota attorno al concetto di stile. Includere, appunto.



## Boutique Hotel 4 stelle nel cuore di Firenze



Non appena si varca la soglia di questo **esclusivo albergo di Firenze**, tra Piazza San Marco, Piazza Indipendenza e la Fortezza da Basso, si percepisce un'atmosfera particolare, calda, intima e avvolgente.

Un luogo, dove **ogni dettaglio è curato con passione**, un Hotel che rievoca in chiave attuale i luoghi dove un tempo alloggiava la gioventù aristocratica europea che si recava in Italia per scoprirne le **bellezze e i misteri dell'arte**.

Un mix sapiente di tradizione e contemporaneità in cui **la storia si fonde al presente** creando uno **stile senza tempo**.

Lasciatevi coccolare da questa bella ed accogliente atmosfera con ricercati e raffinati arredi.

**Hotel Cellai, Firenze**

\*\*\*\* Charming Boutique Hotel  
Via Ventisette Aprile, 52/R, 50129 Firenze  
tel. +39 055 48 92 91  
[www.hotelcellai.it](http://www.hotelcellai.it)

