

Pitti Uomo 2019, su il sipario: 1230 marchi per l'inverno

Fra gli eventi speciali a Firenze il debutto dello stilista belga Glenn Martens, direttore creativo di Y/Project

di EVA DESIDERIO

Ultimo aggiornamento il 13 novembre 2018 alle 12:56

★★★★★ 29 voti



La collezione Beyond Closet per Concept Korea

Firenze, 12 novembre 2018 - La moda? Sta tutta nelle scatole di **Pitti Uomo**, contenitori infiniti per idee e momenti di condivisione, stimoli e relax, svelati sul piazzale della Fortezza da Basso a Firenze e per ogni dove della 95esima edizione di **Pitti Uomo, dall'8 all'11 gennaio 2019** per le collezioni e il lifestyle al maschile. Di scena sul tema **The Pitti Box** con tanto di video art gallery nel dj set curato da Sergio Colantuoni, la **moda uomo** per l'inverno 2019-2020 di **1.230 marchi** di cui 542 in arrivo dall'estero.



Il backstage di The Pitti Box (Foto Project Studio)

Come sempre il salone, organizzato da Pitti Immagine e presentato ieri a Milano con un ricco calendario di eventi selezionati e ad alto tasso di contemporaneità, presenta le **13 sezioni** sempre al top per nomi e novità di proposte, con una evoluzione costante e accurata che fa di Pitti Uomo uno degli eventi principali del fashion internazionale. Una formula sperimentata di successo in successo che non perde di attualità che gli organizzatori di Pitti Immagine stanno presentando in tutto il mondo.



Lo stilista belga Glenn Martens (Foto Arnaud Lajeunie)

Focus sulla ricerca di talenti capaci di stimolare un mercato sempre affannato e spesso confuso dall'enormità delle proposte. Ed ecco fra gli eventi speciali il debutto a Firenze dello stilista belga **Glenn Martens**, uno dei nomi più attrattivi del momento, vincitore dell'Andam Fashion Award, direttore creativo di **Y/Project**. Nell'occhio attento e severo dei buyers anche l'italiano Aldo Maria Camillo, stilista che vanta prestigiose collaborazioni nel suo curriculum, che presenta la sua prima collezione con un evento speciale. E ancora l'esperienza multidisciplinare tra arte, moda, musica e sport di Slam Jam, il progetto speciale firmato Haculla su Arts-Mets-Fashion alla Dogana, la collezione di **Beyond Closet** per **Concept Korea**, le finestre aperte sui nuovi brand dal Portogallo, Giappone, Scandinavia. Tanti gli anniversari come i 70 anni di **Diadora**, i 50 di **Moon Boot**, i 125 di **Barbour**.

Woolrich racconterà storia e nuovo corso insieme alla Sala Ottagonale, **Herno** lancia Herno Laminar Sartorial Engineering in uno spazio dedicato in Fortezza, **Allegrì** svela la collaborazione con Cottweiler, ritorna a Firenze l'americano Jonnie Varvatos, **Rossignol** racconta il progetto con Philippe Model Paris. Bella novità per Les Homme Group che sceglie Pitti Uomo per lanciare due progetti: la nuova linea contemporanea LHU URBAN e la nuova collaborazione con un brand iconico dello sport come **Sergio Tacchini** da cui nasce COLLAB Sergio Tacchi i Les Hommes, capsule dall'anima active.



Il backstage di The Pitti Box (Foto Project Studio)

"Pitti Uomo è uno straordinario **asset per il territorio**. Dobbiamo insistere sulla formazione e sulla cultura della moda col sostegno al Museo della Moda e del Costume di Palazzo Pitti che io chiamo Museo Nazionale della Moda e del Costume", ha detto Antonella Mansi da pochi mesi presidente del Centro di Firenze per la Moda Italiana salutando tanta stampa e buyers alla conferenza milanese. "La moda italiana è cresciuta del 3,5% - dice Claudio Marenzi, presidente di Pitti Immagine e di Confindustria Moda - ma l'export arriva al 7%. Questo vuol dire che le aziende italiane lavorano con l'eccellenza della filiera a monte, primi fra tutti i tessuti. Il mercato italiano invece è fermo, siamo il Paese più problematico d'Europa. Cina e Asia sono in crescita, come l'America e la Svizzera per la logistica. La Russia è in forte rallentamento per ragioni valutarie e di sistema". Anche per l'edizione di gennaio 2019 Pitti Uomo potrà beneficiare di parte dei finanziamenti del MISE e dell'ICE: circa 800.000 euro, come ha ribadito l'ad di Pitti Immagine **Raffaello Napoleone**. Dello scacchiere sempre attuale della fiera ha parlato il direttore generale Agostino Poletto, mentre il direttore della comunicazione e degli eventi Lapo Cianchi ha insistito sul lavoro di scouting che Pitti fa nel mondo sempre a caccia di nuovi talenti.