

Nella "magic box" del salone Y/Project, Aldo Maria Camillo e Slam Jam

12 novembre 2018



«Un contenitore che cambia, per contenuti che evolvono. Non a caso, il tema portante di questa edizione di Pitti Uomo è **The Pitti Box**».

Agostino Poletto, direttore generale di Pitti Immagine, spiega l'evoluzione della manifestazione, che per la prossima edizione vedrà scendere nell'arena degli special guest la label **Y/Project**, il **Pitti Italic Aldo Maria Camillo** e **Slam Jam**. Cambia ancora la geografia del salone, con il ripensamento di **Touch!** e con il fine tuning sulle altre sezioni.

«I nostri saloni sono come delle surprise box, dove di stagione in stagione proponiamo idee e novità, per raccontare le nuove vibrazioni della moda e del lifestyle - ha spiegato Poletto -. Quest'anno c'è una nuova attitudine verso il rigore che si coglie nell'aria, verso l'eleganza sofisticata, la grafica in bianco e nero».

«Per questo motivo - continua - abbiamo scelto di ritmare il percorso con una serie di scatole, con la direzione creativa di **Sergio Colantuoni**, a partire da una galleria di 40 metri nel piazzale centrale dedicata a una selezione di creativi sotto la curatela di **Dan Mauger**. Si prosegue con un'area dedicata al food e al relax, uno spazio per i talk, una scatola per ritagliarsi un momento di silenzio o lcon a **Out of the Box**, ossia dieci enormi immagini fotografiche dedicate alla natura, desunte dall'archivio **Reda**, posizionate in dieci punti prospettici della Fortezza.

In questo gioco di sorprese e novità si inseriscono le proposte inedite, che vedremo sotto i riflettori dall'8 all'11 gennaio, portate alla ribalta da 1.230 marchi, di cui il 44% in arrivo da oltrefrontiera.

Un palcoscenico in cui sempre più si impongono nuovi format di presentazione, in un gioco di rimandi tra la Fortezza e le location satellite non lontane. **Moon Boot** celebrerà i 50 anni del brand con uno spazio in **Fortezza** e un evento alla **Stazione Leopolda**, **Diadora** brinderà ai suoi 70 anni con uno stand a **I Play** e con una mostra tra moda, arte e cultura curata da **Davide Giannella**.

Ecoalf, azienda pioniera nel mondo della moda sostenibile, tornerà al salone per lanciare una capsule 100% made in Italy realizzata con materiali sostenibili e riciclati frutto del lavoro di collaborazione tra la stylist **Ana Gimeno** e **Tiziano Gardini** e farà il bis con un evento alla **Limonaia di Villa Strozzi**, mentre **Woolrich** si sposterà in una location nuova, la **Sala Ottagonale**, con un evento-installazione.

Tra gli highlight al salone, **Herno** sarà in Fortezza con la collezione **Laminar**, **Barbour** festeggerà i 125 anni nello stand di **Wp** con il lancio di una collezione di capi iconici, una capsule in collaborazione con **Daiki Suzuki** e una nuova linea a prova di grande freddo. **Allegrì** sarà in pista con la nuova collaborazione con **Cottweiler**, **Reda** presenterà la linea active **Rewoolution**, **Les Hommes** lancerà la linea contemporary **Lhu Urban** e la nuova colab con **Sergio Tacchini**.

Cambia ancora la geografia della rassegna, con il ripensamento di **Touch!** e il fine tuning sulle altre sezioni, tra **I go out**, che assumerà un look più urban, e **Unconventional**, che virerà verso un mood street alto di gamma.

Alla voce eventi speciali, troviamo in calendario in pole position il Menswear Guest Designer **Y/Project**, firmato dal designer belga **Glenn Martens**, marchio basato a Parigi tra i più interessanti nel panorama internazionale, sotto i riflettori la sera del mercoledì 9 gennaio alle ore 19, e **Aldo Maria Camillo**, che esordisce con la sua prima collezione, battezzata **Amc**, alla **Stazione Leopolda**, il giovedì 10, dopo un percorso professionale ricco di collaborazioni, tra **Ermenegildo Zegna**, **Valentino**, **Cerruti** e **Berluti**.

Tra gli ospiti speciali alla rassegna ci sarà anche **Slam Jam**, realtà italiana che ha dedicato il proprio impegno alla ricerca della urban culture da portare in Italia, che festeggia il 30esimo anniversario con un progetto all'interno del **Museo Marini**, aperto al pubblico nell'arco dei giorni della manifestazione.

Alla **Dogana** da non perdere il progetto speciale firmato **Haculla**, brand ispirato dal lavoro dell'artista di strada **Harif Guzman** e ideato dal direttore creativo **Jon Koon**, che sarà protagonista di un evento dedicato all'evoluzione della street art neworkese e alla sperimentazione di materiali innovativi.

Sempre alla Dogana, il 9 gennaio, **Fondazione Pitti Discovery** tornerà ad accendere i riflettori sui marchi più interessanti della Corea del Sud, con il progetto **Concept Korea**, frutto della collaborazione con **Kocca-Korea Creative Content Agency**. Questa volta salirà in passerella la collezione di **Beyond Closet**.

Sempre guardando fuori dai confini nazionali e sempre in collaborazione con Fondazione Pitti Discovery, la guest nation di quest'anno è il **Portogallo**, con una selezione di nomi emergenti presenti allo Spazio Carra.

Torna per la seconda volta **Scandinavian Manifesto**, la colab con il salone **Revolver** di Copenhagen presente con una selezione di collezioni di designer in arrivo da Danimarca, Svezia e Norvegia all'Arena Strozzi.

E per finire, doppio appuntamento con il Giappone, in pista a Touch! con sei brand emergenti, in virtù di un'intesa con **Tokyo Fashion Award**, e, sempre a Touch!, con il **The Japanese White Leather Project**, che vedrà presenti quattro designer di questo Paese specializzati nella lavorazione della pelle bianca, una tecnica millenaria praticata solo nell'area di Himeji.

Anche per questa edizione, il salone godrà del contributo straordinario del **Ministero dello Sviluppo Economico** e di **Agenzia Ice**, nell'ambito del Piano Speciale 2018-2019 a sostegno delle fiere del made in Italy. «Speriamo che nell'ambito della prossima finanziaria che si sta discutendo verranno confermati i contributi sul made in Italy già annunciati dal governo», ha sottolineato **Raffaello Napoleone**, a.d. di Pitti Immagine.

c.me.