

## PITTI UOMO Nr. 78

Florenz, Fortezza da Basso, 15. - 18. Juni 2010

### Die Neuigkeiten, die Bereiche, die Zahlen

#### Das Thema im Juni 2010

##### DESIGN WATCHING

*Design Watching* heißt das zentrale Thema von Pitti Uomo Nr. 78: Die Welt der Mode unternimmt einen neugierigen und indiskreten Streifzug in die Welt des Designs, und zwar mit Hilfe der visuellen, akustischen und verbalen Eindrücke und Notizen, die ein Aufgebot an *design watchers* – Einkäufer, Journalisten, Kuratoren, Designer und Meinungsführer –, die der internationalen *Pitti people community* angehören, sammelt. Unter der Koordination von Cristina Morozzi sollen sie ihre neuen Lieblings-Designobjekte ausmachen – zwischen handwerklichem und zeitgenössischem Geist. Der von Patricia Urquiola entworfene Messeaufbau erschafft eine ideale Kontinuität zwischen den Außen- und Innenbereichen der Veranstaltung und bietet ein neues Konzept für die Relaxzonen und die von Installationen bereicherten Gastronomiebereiche mit den Produkten von *Pitti Immagine Taste*, der Ausstellung, die den qualitativ hochwertigen Nischenprodukten der italienischen Gastronomie gewidmet ist. Wieder einmal ein Zeugnis für die Berufung der Pitti-Veranstaltungen zu Stil und Design und für ihren umfassenden Charakter, kurz: sie sind der ideale Ort für die neuen Tendenzen des Lifestyle von Heute. Unter den beteiligten *design watchers* befinden sich Roberta Valentini von *Penelope*, Giusi Ferré, Max Kibardin, Joerg Koch vom Magazin *032C*, Stefano Roncato, La Pina und viele andere mehr.

#### Die Sonderprojekte und die Vorschauen

Pitti Uomo ist die vollständigste und dynamischste Herrenmodemesse auf internationaler Ebene. Aus diesem Grund wird sie von den weltweit namhaftesten Modehäusern ausgewählt für die Präsentation ihrer Kollektionen und Sonderprojekte sowie für die Konsolidierung ihrer globalen Strategien zur Saisoneroöffnung. Hier einige der wichtigsten Neuigkeiten und Vorschauen der Messe:

- \_ das Label C.P. Company präsentiert in Florenz in Voraufführung seinen neuen Kurs;
- \_ die große Rückkehr eines Stars des zeitgenössischen Jeanswear zur Fortezza da Basso: G-Star Raw führt die Kollektion *Raw Essentials* vor;
- \_ die exklusive Vorstellung des neuen Projekts *Made in the USA* der Marke Levi's® Vintage Clothing;
- \_ die Lancierung der Kollektion, die Roberto Menichetti für Brema entworfen hat;
- \_ das Debüt des Denim-Sonderprojekts von GCW;
- \_ die Vorstellung eines neuen Sicherheitsprodukts von Brembo;
- \_ großer Relaunch: Daks, die historische englische Marke, präsentiert ihre neue Ausrichtung;
- \_ das neue Projekt von Seventy: Seventy Pulse.

#### Das NEW LAYOUT von Patricia Urquiola vervollständigt die Haupthalle

Nach dem Erfolg der Januarausgabe macht Patricia Urquiola's neues Design für die Haupthalle, den *Padiglione Centrale*, einen Schritt weiter, oder besser gesagt nach oben in die Dachetage: Sie bezieht nun auch den Bereich Classico Italia ein, die Gruppe der Unternehmen, die das Symbol der modernen italienischen Eleganz sind. Einer fortschrittlichen Experimentierstrategie in der Mode und deren Kauf- und Verkaufssystem folgend erschafft Patricia Urquiola eine Art

Modedistrikt mit offener angeordneten Ständen für einen besseren und vor allem kreativeren Dialog zwischen den Produkten.

### ... und stellt weitere POP UP STORES heraus, Zeichen und Symbol der Entwicklung von Pitti Uomo

Wie im unteren Stockwerk wird es auch in der Dachetage *Pop Up Stores* geben, Sonderbereiche, die dem Lifestyle und den Accessoires – angefangen bei Schmuck über Schuhe und Parfüms bis hin zu Taschentechnologien – gewidmet sind und handwerkliches Können, Design und zeitgenössischen Stil geschickt kombinieren. Das Ergebnis ist ein immer anspruchsvolleres und fortschrittlicheres Image des Angebotes der Haupthalle: Wieder einmal ist Pitti Uomo auf den Gebieten Ausstellungsarchitektur und Produktkommunikation einen Riesenschritt voraus. Unter den wichtigsten Marken der Pop Up Stores dieser Ausgabe finden sich: 19 Andrea's 47, A B A Brand Apart, An English Hand, Bruno Bordese Uomo, De Couture, F Clio, Fin's For Him, Giosa, H'Katsukawa From Tokyo, Imaihiroki, Instant Collection, Island Slipper, Le Yucca's, My Bob Use Your Head!, Nooka, Otis Batterbee London, Paolo Scafora Napoli, Pdo Gold, Quasso, Ralph Vaessen, Smith & Norbu und Washington Treemlett.

### Ein neuer Bereich für aufstrebende Stile MY FACTORY \_ Up and Coming style

*My Factory*, das neue Ausstellungsprojekt von Pitti Uomo, verkörpert die zeitgenössische Sensibilität, die sich aus dem Zusammentreffen zwischen Mode, Street Styles, Musik, graphischer Kunst und den neuen Medien entwickelt hat. *My Factory* ist ein neues Handelssegment, das an die heutige weltstädtische Kultur gebunden ist: Kollektionen und Kapselkollektionen, entworfen von jungen Designern für internationale Marken, die in Trendgeschäften und online verkaufen. Die Schlagwörter dieser *community* sind Forschung, Eklektizismus und Umweltverträglichkeit. *My Factory* wird in den Räumlichkeiten des Lyceum untergebracht, der Aufbau im *urban style* stammt aus der Feder von Oliviero Baldini. An dieser ersten Ausgabe nehmen u.a. folgende Marken teil: Levi's® Vintage Clothing, Red Wing, Soulland und Beat Generation. Und ferner: Dr. Bronner, Rm Williams, BB Washed, Be Different, Gorgeous, Rivieras Leisure Shoes, Sammy Hand Made In Ethiopia und TRT.

### Identität + Innovation für die großen Marken von Pitti Uomo

*Scouting* und Forschung, Chancen für aufstrebende Designer und neue Brands, die Weiterentwicklung des Angebots und seiner Unterteilung/Hybridisierung: So heißen die Grundelemente eines immer weiter reichenden Designs, welches auf Prinzipien basiert, die gleichermaßen entscheidend sind für den zeitgenössischen Markt – *Erhaltung*, *Wiederholung*, *Konsolidierung* – und ohne die keine Standards oder solide Grundlagen geschaffen werden könnten, welche ihrerseits die ursprünglichen Matrizen sind für die Differenzierungs- und Personalisierungsprozesse. Genau das ist Pitti Immagine Uomo – die einzige internationale Verabredung, die sowohl den unaufhörlichen Zugang des Neuen ermutigt als auch auf die profilierten Realitäten eingeht, die ihre Identität im Lauf der Zeit bereits bestätigt und gestärkt haben und die Fortezza da Basso seit vielen Saisons für eine kontinuierliche Erneuerung im Einklang mit den Geschmäckern, den Stilen und der Geschwindigkeit der Gegenwart auswählen. Unter den Marken erinnern wir u.a. an:

Im Bereich Pitti Uomo: Brunello Cucinelli, Church's, Kiton, Bagutta, Allegri, Hackett London, Herno, Marina Yachting, Barbour, Lardini, LBM 1911, Cruciani, Brooks Brothers, Gant, Marlboro Classics, Closed...

Im Bereich Futuro Maschile: Boglioli, Alden Usa, Drumohr, Incotex, Camoshita United Arrows...

Im Bereich Sport & Sport: Fred Perry, Car Shoe, Peuterey, Blauer, Lacoste, Woolrich...

Im Bereich Urban Panorama: Reebok, Custo, Converse, Dockers San Francisco, Roy Roger's...

Im Bereich Ynformal: New Balance, ADD...

... oder auch wie John Smedley (Fashion/ Design), Engineered Garments und Nigel Cabourn (L'Altro Uomo).

### Die neuen Namen auf NEW BEAT(S)

Ebenfalls im Lyceum, jedoch in der ersten Etage, findet New Beat(s) Nr.14 statt, der Bereich, den Pitti Uomo den absoluten Debüts widmet. Die aus der ganzen Welt – aus Südkorea, aus Spanien oder aus Großbritannien – kommenden jungen Designer, die ein aufmerksames *scouting* als die interessantesten ausgemacht hat, präsentieren sich hier auf ihrer ersten Verabredung mit einem internationalen Publikum. Unter den Namen dieser Ausgabe erinnern wir u.a. an: La Portegna, Serdar Uzuntas, Groundwave, Il Sistema degli Oggetti, Tee Library und Bustler.

## Zahlen und neue Namen \*

### Marken / Unternehmen

**890** Marken/Kollektionen werden auf dieser Ausgabe präsent sein

**292** Marken kommen aus dem Ausland (**33%** der Marken insgesamt)

**709** Unternehmen nehmen an der Messe teil

### Ausstellungsfläche

**59.000** Quadratmeter

### Bereiche

**14** an der Zahl die Bereiche, in die sich die Herrenmodemesse gliedert

- \_ Pitti Uomo, Affinità Elettive, Pop Up Stores, Fashion At Work
- \_ Sport & Sport, Uppercasual
- \_ Ynformal, Urban Panorama, My Factory
- \_ Fashion / Design, Futuro Maschile, Touch!, l'Altro Uomo, New Beat(s)

### Einkäufer / Besucher

**30.000** Messebesucher insgesamt

Mehr als **18.000** Einkäufer auf der letzten Sommerausgabe

**6.100** Einkäufer aus dem Ausland (**34%** der Einkäufer insgesamt)

Die wichtigsten Bezugsmärkte: **Deutschland, Japan, Spanien, Holland, Frankreich, Großbritannien, die Schweiz, China, die Türkei, Belgien, Griechenland, Österreich, Vereinigte Staaten, Russland, Südkorea, Portugal und Dänemark.**

### Unter den neuen Namen und den Rückkehrern erinnern wir besonders an:

FRANKREICH: 83990, Robinson Les Bains, Rivieras Leisure Shoes, M's Braque

DÄNEMARK: Soulland

JAPAN: A Workroom by Ryoji Okada, Imai Hiroki

GROSSBRITANNIEN: An English Hand, Ballantyne, Daks, Fin's for Him, Lavenham, Otis Batterbee London, Washington Treemlett, Ymc

HONG KONG: Smith & Norbu

ITALIEN: 128 KM, Blum, Brema Menichetti, Brembo, C.P. Company, D-21, David & Scotti, F Clio, Local Celebrity, Mal Familie, Orciani, Premiata White, Seventy Pulse, Sportswear-reg, Stewart Old Glory, U-Gang, Zanacco

VEREINIGTE STAATEN: GCW, Island Slipper, Levi's® Vintage Clothing, Mark McNairy  
New Amsterdam, Nooka, Palladium, Parabellum, Sanuk, Sperry Top-Sider  
HOLLAND: G-star Raw, Milk & Roses, Quasso  
SPANIEN: La Portegna  
SÜDKOREA: Democracy of Nevermind, Tee Library

**\*aktualisiert am 13. Mai 2010**

## JIL SANDER Special Guest von Pitti Uomo 78

Pitti Immagine hat einen großen Namen der internationalen Mode auf den Laufsteg von Pitti Uomo 78 eingeladen: **Jil Sander**. Am Donnerstag, den 17. Juni, präsentiert Raf Simons, der Kreativdirektor des Modehauses, in absoluter Voraufführung die **Menswear Collection Frühjahr/Sommer 2011** mit einer spannenden Modenschau, deren Star der unverwechselbare Stil der Marke sein wird.

Während es sich für die Marke Jil Sander um ein Florentiner Debüt handelt, ist das *special event* von Pitti Uomo für ihren Kreativdirektor Raf Simons eine wichtige „Rückkehr“ nach dem *fashion project*, das er dem zehnten Geburtstag seines Labels gewidmet hat, und der Ausstellung *Il Quarto Sesso* in der Stazione Leopolda. Mit der Präsenz von Jil Sander in Florenz setzt Pitti Uomo eine Saison fort, die eine Würdigung an die großen, Maßstab setzenden Marken der Mode und die zeitgenössische Eleganz ist: eine Hommage an die Unternehmen, die seit jeher für Qualität, Exzellenz, Innovation und Produktkultur stehen und den Messestandort Florenz auswählen, um ihre Kollektionen den Top-Einkäufern und der Presse aus aller Welt vorzustellen.

*„Es ist das DNA der Marke – unterstreicht Alessandro Cremonesi, CEO der Jil Sander Group – diese einzigartige Mischung aus handwerklichem Können und perfektem Sitz, gemeinsam mit der Suche nach innovativen Materialien und zeitgenössischen Formen, das es Jil Sander ermöglicht, einen exakten Platz in der Welt der Herrenmode einzunehmen, und es ist mir eine Ehre, sie in Florenz vorstellen zu dürfen. Diese bedeutende Zusammenarbeit mit Pitti Immagine spiegelt die Öffnung der Marke wider und bietet uns zugleich die Möglichkeit, die Potenzialitäten unserer Herrenlinie zu stärken“.*

*„Ich kann es kaum abwarten, nach Florenz zurückzukehren – fügt Kreativdirektor Raf Simons hinzu – ich habe wundervolle Erinnerungen an die Projekte, die ich hier bereits vorgestellt habe“.*

Es haben von Jil Sander gesagt:

*“I adored the tailoring Jil Sander, complex as it was, but the fabrics - were they woven, printed, scratched, top-stitched? - were completely absorbing and new”.* (Cathy Horyn – The New York Times)

*“Jil Sander neatly encapsulated fashion's turn away from the sartorial excesses of the go-go '80s and made understatement attractive.”* (Armand Limnander - Harper's Bazaar)

**Mailand, 13. Mai 2010**



Soprintendenza  
Speciale per il Patrimonio  
Storico, Artistico  
ed Etnoantropologico  
per il Polo Museale  
della città di Firenze

oac

OSSERVATORIO PER LE ARTI CONTEMPORANEE  
Ente Cassa di Risparmio di Firenze



**„BETWEEN ART AND LIFE“:  
ANDREA ZITTEL IM PALAZZO PITTI, FLORENZ  
VOM 18. JUNI BIS ZUM 16. JULI 2010**

Sicherheit, Freiheit, Beständigkeit, Erfahrung: so lauten einige der Schlüsselwörter, um die Arbeit von Andrea Zittel zu verstehen. Die 45-jährige Amerikanerin ist eine der interessantesten Persönlichkeiten der internationalen zeitgenössischen Kunst und wurde bereits mehrmals auf Veranstaltungen von Rang eingeladen, u.a. auf die Biennale von Venedig, die Documenta in Kassel und die Biennale des Whitney Museum. Erst vor kurzem war sie die Protagonistin einer großen persönlichen Ausstellung im Baseler Schaulager.

Die Karriere von Andrea Zittel – die ihre Werke mit *A-Z Administrative Service Zittel* unterzeichnet, einem originellen „Logo“, das Autorenmarke und entpersonalisiertes Label zugleich ist und ihr Konzept, Kunst zu ersinnen und zu erzeugen, geradezu perfekt ausdrückt – begann zunächst in Kalifornien, wo sie geboren ist und erste Studien absolvierte. Später ließ sie sich in Brooklyn nieder und schließlich erneut in Kalifornien, wo sie seit einiger Zeit mit ihrem Sohn in der Joshua Tree Wüste lebt.

Hier setzt Andrea Zittel nun ihre auf das Alltägliche angewandte künstlerische Forschung fort: die Materialien, Grenzen und Bedeutungen von Lebensräumen, Kleidungsstücken und Einrichtungsgegenständen, der Widerstand des Körpers in Situationen, in denen Zeit nicht messbar ist, die Prozeduren, auf deren Grundlage wir Qualität definieren und beurteilen. Eine Wahl, die eine radikale persönliche Disziplin und eine psychologische und biologische Erforschung unserer Existenz beinhaltet.

*Between Art and Life* wird von Alberto Salvadori geleitet; produziert und gesponsert wird sie vom Osservatorio Arti Contemporanee (OAC) der Ente Cassa di Risparmio di Firenze und von der Fondazione Pitti Discovery, mit der Unterstützung des Polo Museale Fiorentino und der Zusammenarbeit der Andrea Rosen Gallery, New York, der Mailänder Galleria Massimo De Carlo und der Sadie Coles Gallery, London.

Die Ausstellung bietet eine große Auswahl mit mehr als 80 Werken der Künstlerin, zwei von ihnen wurden extra für diese Gelegenheit realisiert: angefangen bei den *wagon station* über Systeme, Lebensseinheiten und Wohnkapseln für Extremsituationen wie die Wüste, *uniforms*-Bekleidung und Gouachen bis hin zu bemalten *panels*, Teppichen und Wandteppichen.

„*Andrea Zittel in der Galleria del Costume des Palazzo Pitti zu sehen* - erklärt Alberto Salvadori, der Verantwortliche der Ausstellung - *bedeutet, das Alltägliche, die persönliche Dimension des Lebens in einem Raum zu entdecken, der die minimalen Gesten einer verlorenen Intimität musealisiert hat*“.

Die Eröffnung der Ausstellung im Palazzo Pitti – die erste von Andrea Zittel in einem öffentlichen Museum in Italien - ist das zentrale Kunstevent der kommenden Ausgabe der Modewoche von Pitti Uomo.

**Andrea Zittel**

***Between Art and Life***

**Florenz \_ Palazzo Pitti \_ Galleria del Costume \_ Sale della Meridiana**

**18.06.10-16.07.10**

**ein Projekt von**

**\_ (OAC) Osservatorio Arti Contemporanee, Ente Cassa di Risparmio di Firenze  
und der  
\_ Fondazione Pitti Discovery  
unter der Leitung von Alberto Salvadori  
in Zusammenarbeit mit dem Polo Museale Fiorentino**

7