

PITTI UOMO N° 78

Florenza, Fortezza da Basso, 15-18 de junio de 2010

Novedades, secciones, números

El tema de junio de 2010 DESIGN WATCHING

Design Watching: así se denomina el tema general de Pitti Uomo n° 78. El mundo de la moda penetra, curioso e indiscreto, en el mundo del diseño a través de sugerencias y apuntes - visuales, sonoros, verbales- recogidos por un aguerrido y selecto grupo de *design watchers* (compradores, periodistas, curadores, diseñadores y líderes de opinión) de la comunidad internacional del Pitti People, coordinados por Cristina Morozzi. La consigna era que indicaran sus preferidos entre los nuevos objetos de diseño, mezcla de espíritu artesanal y contemporaneidad. El *layout* de los espacios de exposición estará a cargo de la diseñadora Patricia Urquiola, quien creará una continuidad ideal entre la disposición de los espacios externos e internos de la manifestación, renovando al mismo tiempo las zonas de descanso con nuevas propuestas que se extenderán hasta unas instalaciones especiales dedicadas a la alimentación con los productos de *Taste*, la muestra que Pitti Immagine dedica a la excelencia de la gastronomía italiana. Se demuestra una vez más el gusto por el estilo y el diseño de las manifestaciones de Pitti, que gracias a su enfoque transversal son cada vez más representativas de las nuevas tendencias del moderno estilo de vida. Algunos de los *design watchers* participantes son Roberta Valentini de *Penelope*, Giusi Ferré, Max Kibardin, Joerg Koch de la revista *032C*, Stefano Roncato, La Pina y muchos otros.

Proyectos especiales y adelantos

Pitti Uomo es la manifestación internacional más completa y dinámica de moda masculina; por esta razón, la eligen las mejores empresas para presentar sus colecciones y proyectos especiales y para consolidar las estrategias mundiales al abrirse la temporada. Estas son algunas de las principales novedades y adelantos dentro del salón:

- _ C.P. Company presenta en Florenza su nuevo curso;
- _ regresa a la Fortezza da Basso un protagonista del jeanswear contemporáneo, G-Star Raw, que pone en escena la colección *Raw Essentials*;
- _ Levi's® Vintage Clothing presenta en exclusiva su nuevo proyecto *Made in the USA*;
- _ Brema lanza la colección diseñada por Roberto Menichetti;
- _ debuta el proyecto especial denim marca GCW;
- _ se presenta un nuevo producto de seguridad marca Brembo;
- _ Daks, histórica marca inglesa, presenta su nuevo curso con renovado impulso;
- _ el nuevo proyecto de Seventy: Seventy Pulse.

El nuevo layout de Patricia Urquiola completa el Pabellón Central

Tras el éxito obtenido el pasado mes de enero, la nueva distribución conceptual del pabellón central de Patricia Urquiola se extiende al piso alto (*Attico*), incorporando también el área de *Classico Italia*, grupo de empresas símbolo de la moderna elegancia italiana. Guiada por una

PITTI IMMAGINE srl
via Faenza, 111 50123 Firenze

t. +39 055 36931 | f. +39 055 3693200
www.pittimmagine.com
stampa.italia@pittimmagine.com | stampa.estero@pittimmagine.com

estrategia de experimentación avanzada en la moda y el sistema de disfrutarla, Urquiola crea algo así como unos grandes almacenes, disponiendo los stands de manera más abierta y permitiendo un diálogo más amplio y creativo entre los productos.

... y surgen otros POP UP STORES símbolo de la evolución de Pitti Uomo

También en el *Attico* -como en el piso inferior- habrá *Pop Up Stores*, áreas especiales reservadas a los accesorios -joyas, calzado, perfumes, tecnologías de bolsillo- que conjugan tradición artesanal, diseño y estilo contemporáneo. La oferta del pabellón central se hace cada vez más refinada y evolucionada; con ella, Pitti Uomo confirma una vez más su carácter anticipador de la arquitectura de exposición y la comunicación de producto. Entre las marcas protagonistas de los *Pop Up Stores* de esta edición, mencionamos: [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](#), [Washington Treemlett](#).

Nueva sección de estilos nacientes MY FACTORY _ Up and Coming style

My Factory, el nuevo proyecto expositor de Pitti Uomo, es expresión directa de una sensibilidad contemporánea, nacida en el agitado territorio fronterizo entre moda, estilos callejeros, música, grafismo y nuevos medios de comunicación. *My Factory* es un segmento comercial inédito, unido a la cultura metropolitana de hoy: colecciones y cápsulas, obra de jóvenes creadores producidas por marcas internacionales que operan a través de tiendas de tendencia y ventas on-line. Las palabras que caracterizan a esta comunidad son búsqueda, eclecticismo, conciencia ecológica. *My Factory* estará en los espacios del Lyceum, con una disposición urbana a cargo de Oliviero Baldini. Entre las marcas que encontraremos en esta primera edición, mencionamos: [Levi's® Vintage Clothing](#), [Red Wing](#), [Soulland](#), [Beat Generation](#), [Dr. Bronner](#), [Rm Williams](#), [BB Washed](#), [Be Different](#), [Gorgeous](#), [Rivieras Leisure Shoes](#), [Sammy Hand Made In Ethiopia](#), [TRT](#).

Identidad e innovación en las grandes marcas de la moda masculina

La exploración y la búsqueda, las oportunidades para nuevos talentos y nuevas marcas, la evolución de la oferta y de su subdivisión o hibridación constituyen elementos fundamentales de un diseño más amplio, fundado en principios decisivos para el mercado contemporáneo - *mantener, repetir, consolidar*- sin los cuales no habría estándares ni bases sólidas, éstos a su vez matrices de los procesos de diferenciación y personalización. Todo esto es Pitti Immagine Uomo, único encuentro internacional que reseña tanto el incesante surgir de lo nuevo como las realidades ya afirmadas, las que comprobaron y fortalecieron su identidad a lo largo del tiempo y que están presentes desde muchas temporadas en la Fortezza da Basso para renovarse según cambian los gustos, los estilos y el ritmo del presente. Recordamos algunas de esas marcas:

En el área 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...

En el área Futuro Maschile: Boglioli, Alden Usa, Drumohr, Incotex, Camoshita United Arrows...

En el área Sport & Sport: Fred Perry, Car Shoe, Peuterey, Blauer, Lacoste, Woolrich...

En el área Urban Panorama: Reebok, Custo, Converse, Dockers San Francisco, Roy Roger's...

En el área Ynformal: New Balance, ADD...

... y también John Smedley (Fashion/ Design), Engineered Garments y Nigel Cabourn (L'Altro Uomo).

Los debutantes de NEW BEAT(S)

En el primer piso del Lyceum encontraremos New Beat(s) n.14, el área que Pitti Uomo dedica a los debutantes absolutos. Llegan de todo el mundo -Corea del Sur, España, Gran Bretaña- los jóvenes diseñadores, señalados por atentos descubridores de talentos como los más interesantes y que enfrentan por primera vez un público internacional. Entre las marcas presentes, destacamos: La Portegna, Serdar Uzuntas, Groundwave, Il Sistema degli Oggetti, Tee Library, Bustler.

Números y nuevos nombres *

Marcas / Empresas

890 las marcas/colecciones que se presentarán en esta edición

292 las marcas extranjeras (**33%** del total)

709 las empresas que participarán en el salón

Superficie expositiva

59.000 metros cuadrados de superficie expositiva

Secciones

14 las etapas en que se articula el itinerario dentro de la moda masculina:

- _ 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)

Compradores / visitantes

30.000 en total los visitantes del salón

más de **18.000** los compradores presentes en la última edición estival

6.100 los compradores extranjeros (**34%** del total)

Principales mercados extranjeros de referencia: **Alemania, Japón, España, Holanda, Francia, Gran Bretaña, Suiza, China, Turquía, Bélgica, Grecia, Austria, Estados Unidos, Rusia, Corea del Sur, Portugal y Dinamarca.**

Entre los nuevos nombres y los retornos, mencionamos:

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

DINAMARCA: Soulland

JAPÓN: A Workroom by Ryoji Okada, Imai Hiroki

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

HONG KONG: Smith & Norbu

ITALIA: 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

ESTADOS UNIDOS: GCW, Island Slipper, Levi's® Vintage Clothing, Mark McNairy New Amsterdam, Nooka, Palladium, Parabellum, Sanuk, Sperry Top-Sider

HOLANDA: G-star Raw, Milk & Roses, Quasso

ESPAÑA: La Portegna

COREA DEL SUR: Democracy of Nevermind, Tee Library

actualizados al 13 de mayo de 2010

JIL SANDER Marca invitada especial de Pitti Uomo 78

Pitti Immagine invita a desfilarse en la pasarela de Pitti Uomo 78 a uno de los grandes nombres de la moda internacional: **Jil Sander**. El jueves 17 de junio, Raf Simons, director creativo de la *maison*, presentará por primera vez y en exclusiva la **Menswear Collection Primavera/Verano 2011** con una inédita fórmula de *fashion show*.

Es el debut de la marca Jil Sander en Florencia; en cambio, para su director creativo, Raf Simons, el evento especial de Pitti Uomo constituye un importante retorno, después del *fashion project* dedicado a los primeros diez años de su marca y la exhibición "El Cuarto Sexo" de la Estación Leopolda. Con la presencia de Jil Sander en Florencia, prosigue en Pitti Uomo una temporada cuyas protagonistas son las grandes marcas de referencia de la moda y la elegancia contemporáneas: un homenaje a las firmas que de siempre son sinónimos de calidad, excelencia, innovación, cultura del producto, y deciden presentarse en Florencia ante los grandes compradores y a la prensa mundial.

"Es el ADN de la marca - afirma Alessandro Cremonesi, director ejecutivo de Jil Sander -, hecho de sabiduría artesanal y perfecta vestibilidad, además de innovación en la búsqueda de materiales y de siluetas contemporáneas, gracias al cual Jil Sander ocupa una posición bien definida en el mundo de la moda masculina, y es para mí un honor poder exhibirlo en Florencia. Esta importante colaboración con Pitti Immagine es índice de la apertura de la marca, y representa también una oportunidad de consolidar la potencialidad de nuestra línea para el hombre".

"No veo la hora de volver a Florencia - comenta el director creativo, Raf Simons -, conservo un excelente recuerdo de los proyectos que presenté aquí en años anteriores".

Han dicho de Jil Sander:

"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)

Milán, 13 de mayo de 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 EN EL PALAZZO PITTI DE FLORENCIA
DESDE EL 18 DE JUNIO HASTA EL 16 DE JULIO DE 2010**

Seguridad, libertad, mantenimiento, experiencia: son algunas de las palabras clave para comprender el trabajo de Andrea Zittel, norteamericana de 45 años, una de las figuras más interesantes del arte contemporáneo internacional, varias veces invitada a manifestaciones como la Bienal de Venecia, Documenta, la Bienal del Whitney Museum, y protagonista reciente de una gran muestra personal en el Schaulager de Basilea.

La trayectoria de Andrea Zittel – que firma *A-Z Administrative Service Zittel*, marca de autora y despersonalizada al mismo tiempo, manifiesto de su concepción de pensar y producir arte - comenzó en California, donde nació y cursó sus primeros estudios, para proseguir en Brooklyn y regresar nuevamente a California, donde se estableció con su hijo en el desierto de Joshua Tree.

En este lugar, Andrea Zittel prosigue su búsqueda artística aplicada a lo cotidiano: materiales, límites y significado de los espacios de vivir, de las prendas de vestir y los objetos domésticos, la resistencia del cuerpo en situaciones en que el tiempo no es mensurable, los procedimientos con los que definimos y valoramos las cualidades. Una radical disciplina personal y una exploración psicológica y biológica de nuestra existencia.

Curador de la muestra *Between Art and Life* es Alberto Salvadori; la producen y promueven el Observatorio de Artes Contemporáneas del Ente Cassa di Risparmio di Firenze (OAC) y la Fondazione Pitti Discovery, con la colaboración del Polo Museal Fiorentino y de las galerías Andrea Rosen de Nueva York, Massimo De Carlo de Milán y Sadie Coles de Londres.

Se expone una selección de más de 80 obras de la artista, dos de las cuales realizadas expresamente para esta ocasión: desde los *wagon station* hasta los sistemas y cápsulas de viviendas para situaciones extremas como el desierto, uniformes diseñados por la artista, *gouaches* y pinturas sobre tabla, alfombras y tapices.

“Ver a Andrea Zittel en la Galería del Traje Antiguo de Palazzo Pitti - dice Alberto Salvadori, curador de la muestra - es descubrir lo cotidiano, la dimensión personal del vivir, dentro de un espacio que ha cristalizado los gestos mínimos de una intimidad perdida”.

La inauguración de la muestra de Palazzo Pitti –la primera que Andrea Zittel realiza en un espacio museal público en Italia- será el acontecimiento artístico central de la próxima edición de la semana de la moda de Pitti Uomo.

Andrea Zittel

Between Art and Life

Florenxia, Palazzo Pitti. Galleria del Costume, Sale della Meridiana

18/06/2010 - 16/07/2010

Proyecto del

**(OAC) Observatorio de Artes Contemporáneas del Ente Cassa di Risparmio di Firenze
y de la**

Fondazione Pitti Discovery

al cuidado de Alberto Salvadori

en colaboración con el Polo Museal Fiorentino