

PITTI IMMAGINE UOMO

PRESS | UOMO

1. 第 78 回ピッティ・イメージネ・ウオモ

開催期間：2010 年 6 月 15～18 日

開催場所：フィレンツェ/フォルテツァ・ダ・バツソ

ニュース、セクション、統計データの概要

第 78 回ピッティ・イメージネ・ウオモのテーマは 「DESIGN WATCHING (デザイン・ウォッチング)」

今夏のピッティ・イメージネ・ウオモのテーマは、「DESIGN WATCHING(デザイン・ウォッチング)」だ：ピッティ・ピープル；ピッティ・イメージネ・ウオモを訪れる国際的なバイヤーたちやジャーナリスト、オピニオン・リーダーなど、いずれも先駆者である「DESIGN WATCHERS (デザイン・ウォッチャーズ)」たちの手によって集められた視覚的、聴覚的、言語的な発想が織りなす、ファッションの世界が生み出す、興味深く無分別なデザインの世界への進出である。「DESIGN WATCHERS」は、伝統的もしくは現代的なモノにかかわらず好みのデザイン対象を選択し、それらをクリスティーナ・モロツツイがプロデュースする。会場デザインを担当するのはパトリシア・ウルキオラで、会場の屋外と屋内の理想的なパス（小路）を演出する。また、ラウンジと軽食サービスエリアにも新たなコンセプトを導入する。これは、ピッティ・イメージネ・ウオモが開催するイベントが、常に新しいプロジェクトを取り入れ、現代のファッション、ライフスタイルやデザインの最も重要な分野において、斬新なプロジェクトを導入し、スペシャル・プレビューを提供していることの裏付けともなるだろう。今回「DESIGN WATCHERS」として参加するのは、ロベルタ・ヴァレンティニーニ・ディ・ペネロペ、ギウージ・フェレ、マックス・キバルディン、ジョージ・コック、ステファノ・ロンカート、ラ・ピーナである。

新しいアイデアと特別プロジェクト

ピッティ・イメージネ・ウオモは世界で最も重要なメンズ・ファッションの展示会であり、コレクション及び世界戦略を展開する国際的な一流ブランドが、シーズンの幕開けにふさわしい発表の場として選んできた。今回も、フォルテツァ・ダ・バツソでは数々の特別プロジェクトが計画されている：

- __ フィレンツェでワールド・プレミアを開催する C.P. Company が切り開く新たな時代の幕開け
- __ ピッティ・イメージネ・ウオモ復帰ブランドの中で特筆すべきは、現代的ジーンズウェアでカルト的人気を誇る G-Star Raw による、Raw Essentials コレクションの発表
- __ Levi's® Vintage Clothing が Made in the USA と銘打った新プロジェクトを独占発表

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

- _ [Roberto Menichetti for Brema](#) による新作コレクションの発表
- _ [Neil Barrett's new collection for Sundek](#) のプレビュー・ショー
- _ 世界的なカルト・ブランド [GCW](#) のデビュー
- _ [Brembo](#) による新たな特別プロジェクトの発表
- _ 伝統的な英国ブランド [Daks](#) の、ニュールックの発表
- _ [Seventy](#) による新プロジェクト [Seventy Pulse](#) の世界デビュー

パトリシア・ウルキオラによるNEW DESIGN

メイン・パビリオンの上層階へ移行

1月のデビューで成功をおさめたパトリシア・ウルキオラは今回、メイン・パビリオンに新たなデザインを仕掛け、次なる高みを目指す。ファッションにおける高度な実験アプローチ、ファッションの流通と使用形態に基づく戦略によって、ウルキオラ氏は、[Classico Italia](#)の出展社を巻き込み、上層階のリニューアルを手掛けた。フェア内での対話を促進する、より開かれたデパートのような出店形態を作り上げた。

...そのほか注目すべきPOP UP STORESは、ピッティ・イマジネ・ウオモの進化の象徴となる

下層階同様、上層階でもライフスタイルとアクセサリに特化した Pop-Up Stores をフィーチャーし、職人技術と現代的なスタイリングが結び付いたジュエリーから靴、香水からガジェットまでを取り揃える。メイン・パビリオンの洗練性と独特のイメージを追求し、ピッティ・イマジネが成し遂げてきた展示会の構造そして、製品間の対話における改革において、大きな前進となるだろう。Pop-Up Stores にはいずれも注目すべきブランドが多く出展する: [19 Andrea's](#), [47, A B A Brand Apart, An English Hand, Bruno Bordese Uomo, Dugway, F Clio, Fin's For Him, Giosa, H'Katsukawa From Tokyo, Imaihiroki, Instant Collection, Island Slipper, Le Yucca's, My Bob Use Your Head!, Otis Batterbee London, Paolo Scafora Napoli, Pdo Gold, Quasso, Ralph Vaessen, Smith & Norbu, Washington Treemlett](#)。

ピッティ・イマジネ・ウオモの新プロジェクト:

MY FACTORY _ 最新のスタイル・次に来るスタイル

My Factory は、6月に文化会館で実施されるピッティ・イマジネ・ウオモの新プロジェクトである。ファッション、ストリート・スタイル、音楽、グラフィック、新たなメディアが目まぐるしく交差する地点から生まれる新たな感性を統合する My Factory は、実験、折衷主義、環境持続可能性、現代性などをキーワードとし、今日の都市文化に結び付く新しい形の売上の領域である。焦点となるのは、最先端のショップやオンラインで販売されている若手クリエイターや国際的有名ブランドが販売する製品のフルコレクション及びカプセルコレクションである。セッティングを担当するのは、オリヴィエロ・バルディーニ。第1回となる My Factory には要注目のブランドが満載だ: [Levi's® Vintage Clothing, Red Wing, Soulland, Beat Generation, Dr. Bronner, Rm Williams, BB Washed, Be Different, Gorgeous, Rivas Leisure Shoes, Sammy Hand Made In Ethiopia](#)。

ピッティ・イマジネ・ウオモに出展する有名ブランドのアイデンティティ+革新

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

ピッティ・イマージネ・ウオモは、スカウトやリサーチ活動を行い、最先端で、次世代を担うデザイナーや新ブランドにチャンスを提供してきた。新たな提案、その提案の均質性とハイブリッド性は、今日のマーケットで同様に重要な維持、繰り返し、団結の原則に基づくより広範なプロジェクトの基本要素である。そしてそれらの基本要素は、差別化と個性を確立する過程において、独自のマトリックスを形成する基準と強固な土台を確立するには必要不可欠である。ピッティ・イマージネ・ウオモは新ブランド、そしてすでに長期に渡ってアイデンティティを強固なものとして確立してきたブランドを豊富に提供する国際的イベントであり、テイスト、スタイル、流れゆくトレンドとの調和を図りながら、常に進化を遂げ、毎年フォルテツァ・ダ・バツソで開催されてきた。

各エリアに魅力的なブランドが登場する:

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

Futuro Maschile エリア: Boglioli, Alden Usa, Drumohr, Incotex, Camoshita United Arrows...

the Sport & Sport エリア: Fred Perry, Car Shoe, Peuterey, Blauer, Lacoste, Woolrich...

Urban Panorama エリア: Reebok, Custo, Converse, Dockers San Francisco, Roy Rogers's...

Ynformal エリア: New Balance, ADD...

... また、Fashion/Design エリアに John Smedley、L'Altro Uomo エリアに Engineered Garments, Nigel Cabournが登場する。

NEW BEAT(S): ピッティ・イマージネ・ウオモでのデビュー

文化会館の1階部分では、第14回New Beat(s)が開催される。この特別エリアでは、韓国からスペイン、英国に至る、世界中の新ブランドが登場する。ピッティ・イマージネのタレントスカウトが世界中を巡って発掘した若くてアバンギャルドなデザイナーがコレクションを発表する。こちらも注目ブランドが満載だ: La Portegna, Serdar Uzuntas, Groundwave, Il Sistema degli Oggetti, Tee Library, Bustler.

第78回ピッティ・イマージネ・ウオモ 来場者数、出展社数と新規参加ブランド

出展社	709 社 890 ブランド、内 292 ブランド (全体の 32.8%) は海外ブランド
総面積	59,000 m ²
セクション	メンズ・ファッションの世界を紹介する 14 のセクション _ Pitti Uomo, Affinità Elettive, Pop Up Stores, Fashion At Work _ Sport & Sport, Upper casual _ Ynformal, Urban Panorama, My Factory

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

	_ Fashion / Design, Futuro Maschile, Touch!, l'Altro Uomo, New Beat(s)
バイヤー (前回夏実績)	30,000人以上の来訪者 18,000人のバイヤー、内6,100人(全体の34%)は海外バイヤー 主要海外マーケット: ドイツ、日本、スペイン、オランダ、フランス、英国、スイス、中国、トルコ、ベルギー、ギリシャ、オーストリア、米国、ロシア、韓国、ポルトガル、デンマーク
新規参加と リターニング・ブランド	新規参加と再登場ブランドは以下の通り: フランス: Robinson Les Bains. デンマーク: Soulland 日本: A Workroom by Ryoji Okada, F Clio, Imai Hiroki, Island Slipper 英国: An English Hand, Ballantyne, Daks, Fin's for Him, Lavenham, Mackeene, Otis Batterbee London, Simon Carter, Washington Treemlett, Ymc イタリア: 128 KM, Albert & Daniel shirtmakers, Brema Menichetti, Brembo, D-21, Democracy of Nevermind, Local Celebrity, Mal Famille, Premiata White, Seventy Pulse, Sportswear-reg, U-Gang, C.P. Company. 米国: Levi's® Vintage Clothing, Mark McNairy New Amsterdam, Palladium, Sperry Top-Sider. オランダ: G-star, Milk & Roses, Quasso. スペイン: La Portegna. 韓国: Tee Library.

2. JIL SANDER

第78回ピッティ・イメージネ・ウオモの特別ゲスト

ピッティ・イメージネはこれまでに、国際舞台で活躍する一流デザイナーを招待してきた。

Jil Sander (ジル・サンダー) は、今回、6月17日(木)の夜、ヴィラ・ガンベライアの素晴らしいセッティングを背景にランウェイ・ショーを発表する。メゾンのクリエイティブ・ディレクター、Raf Simons (ラフ・シモンズ) は、2011春夏コレクションのプレミアを演出する。

ジル・サンダー(ブランド)にとって、フィレンツェが最初のコレクションの発表の場となるならば、クリエイティブ・ディレクターのラフ・シモンズにとっては、ラフ・シモンズの、ブランド設立10周年記念と「Il Quarto Sesso」という展示会に捧げられたファッション・プロジェクト以来、これがピッティ・ウオモ特別イベントへのリターンとなる。

ジル・サンダーを始め、プロダクトの質、優秀さ、そして文化を代表し続け、またフィレンツェをそのコレクションの発表の場として選んだブランド全てに、ピッティ・ウオモは賛辞を送る。これらのブランド達は、ファッションとコンテンポラリー・エレガンスの先駆者なのである。

ジル・サンダーCEO Alessandro Cremonesi (アレックスサンドロ・クレモネージ) 氏は、“これはブランドのDNAである。革新的な素材使いとコンテンポラリー・シェイプ、職人技巧とパーフェクトフィットが、ジル・サンダーに、メンズファッションの中での明確な立ち位置を与えてくれた。そして、このコレクションをフィレンツェで発表できることを光栄に思う。

ピッティ・ウオモとのコラボレーションが、ブランドの開放さを映し出し、我々のメンズコレクションに対する意識を強化する可能性を与えてくれるであろう。”

「フィレンツェに戻れることを楽しみにしています。以前、私がスペシャル・プロジェクトを発表した時の素晴らしい思い出がたくさんあります。」(ラフ・シモンズ)

PITTI IMMAGINE UOMO

PRESS | UOMO

「ジル・サンダーのテイラリングが好きです。以前と変わらず複雑で、その素材：織り、プリント、スクラッチ、トップ・ステッチなどは非常に興味深く、新しい。」
(Cathy Horyn – The New York Times)

「ジル・サンダーは、行き過ぎた 80 年代のイケイケ サルトリアルから目を背ける傾向を巧妙にカプセルに封入し、その控えめさに魅力を生み出した。」
(Armand Limnander - Harper's Bazaar)

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

3. WHO IS ON NEXT ? UOMO

第2回目のファイナリスト

今回もピッティ・イメージネは第2回目となる WHO IS ON NEXT? A PITTI UOMO を発表する。ピッティ・イメージネ・ウオモとアルタ・ローマ、『ウオモ・ヴォーグ』共同主催によるメンズ・ファッションの新たな才能を発掘するためのコンクールである。

期間中、国際的なバイヤー、ファッション・ジャーナリスト、オピニオン・メーカーが、8人のファイナリスト:

AI_, Camo, Dead Meat, FQR, Maurizio Miri, Ozona, Pierre-Louis Mascia, Yuji Miura たちによるコレクションを審査する。

6月15日(火)に、審査員達はプレタポルテ部門とアクセサリー、2部門の優勝者を発表する。授賞式は、6月16日(水)に行われ、その様子は来場者向けに特別技術を用いたディスプレイ(建築家 Alessandro Moradei.デザイン)で紹介される。

PRÊT-À-PORTERプレタポルテ部門ファイナリスト4名:

CAMO

カモフラージュは人生の哲学となっており、あの有名なミリタリープリントとの関連性は少ないのです。目的は、この服を着用してもらうことではなく、着ているものを通してコミュニケーションを図ることにある。新作カントリー・コレクションでは、Stefano Ughetti (ステファノ・ウゲッティ) は、自分自身のルーツを見つめ、自分の本質に従うよう導き、人間とその人のルーツの親密な結束を探索する。

DEAD MEAT

Giovanni Battista De Pol (ジョバンニ・バッティスタ・デ・ポル) のブランド名は、William Burroughs (ウィリアム・バロウズ) の“Naked Lunch (裸のランチ)”に由来している。

デ・ポルは、アーバン・グラフィティ、アンダーグラウンドなコミックや学識のある難解な引用を取り入れ、T-シャツが彼の“批判的思考”の伝達手段となる。学習するためのツールとなり得るルックである。

FQR

当初、限定スニーカーのみに活かされていた Fabio Quaranta (ファビオ・クアランタ) に生み出された特別な仕上げは、今、彼のメンズウェア・コレクションのレザーや生地にまで広がっている。FQR のアーティスティックなプロジェクトは彼のローマのラボで作られている。

その結果は、余計な飾りを省いた、直線状のメトロポリタンルックになった。

MAURIZIO MIRI

現代男のニーズから生まれたクラシック・メンズドレスウェアの進化版。

1976 年より事業を開始、Maurizio Miri (マウリッツィオ・ミリ) は伝統的なテイラリングのガイドラインに則り、洗練さとスタイリッシュなディテールが組み合わせられた、クリアーでアヴァン・ギャルドなヴィジョンとカスタムメイドなルックで構成されるワードローブを創り出した。

ACCESSORIESアクセサリ部門ファイナリスト4名:

AI _

軽くて頑丈でシンプルであることと、シルエットと表面のテクスチャー探求への熱意が一体となった Andrea Incontri (アンドレア・インコントリ) のデザイン。サルトリアルメードや、内側に裏地無しで樹脂コーティングが施されたレザーバッグに代表されるコレクション。

彼は、バッファローレザーや、型打ちしたカーフレザーを使い、新コンセプト“50 年代からのイタリアン・レザーグッズ・ルックにインスパイアされたクラシック”コレクションを創り出す。

OZONA

厳格な Made in Italy、そして一点もの。

Sandro Gonella (サンドロ・ゴネッラ) によるクラシックとカジュアルとヴィンテージ・アクセントが結合した、“サルトリアル・スピリット”溢れる カスタムメイド・アイウェアは、偉大なるイタリアン・スタイルのレガシーと華麗なる 50 年代にインスパイアされた完璧ルックにフォーカスしている。

PIERRE-LOUIS MASCIA

Pierre-Louis Mascia (ピエールルイ・マシア) がクリエイイトするバッグやショール、スカーフに使用されているオリジナルプリントは古いヨーロッパやインドのテキスタイル・アーカイブから発見された。シルク・ツイルやクレップドシンなどのとりわけ柔らかく上質な素材は、革新的な技術で処理されているため、水や電気エネルギーの無駄な出力を押さえている。

YUJI MIURA

ミラノを拠点としている日本人デザイナー：ユージ・ミウラは、彼の故国で見られるミニマルな美学を洗練された都会的なレンズを通し表現する。厳格な Made in Italy のメンズ・フットウエアは、デザインの本質と上質な手工業のミーティングポイントとなった。今回のコレクションでは、イタリアのレザー工業の伝統を思いがけないタッチのスタイルでよみがえらせる。

PITTI IMMAGINE UOMO

5. ピッティ・イマージネ・ウオモ イベント・ダイジェスト

ピッティ・イマージネとのコラボレーション・イベント：

APPOINTMENT MONDADORI: レオポルダ駅にてエクスクルーシブ・イベントを開催

Mondadoriとピッティ・イマージネのパートナーシップによりフォルテツァ・ダ・バツソ会場内に Appointment

エリアが戻ってくる。6月14日(月)の夜、レオポルダ駅にてMondadoriがエクスクルーシブ・イベントを開催する。

MAGNUM photos がパオロ・ベレグリンによる STORM を発表

Magnum は、Fred Perry、GQ、ピッティ・イマージネ協力のもと、フォトグラファーのパオロ・ベレグリンが編集する人間と自然の考察をテーマとした Fashion Magazine 第5号刊発表の場としてピッティ・ウオモを選んだ。このイベントは6月16日に特別な会場で催され、そのパーティではビデオ・インスタレーションや Motel Connection によるライブ・パフォーマンスがフィーチャーされる。

フォルテツァ・ダ・バツソ内外、フィレンツェ市内で開催されるイベント：

ピッティ・ウオモ期間中、充実したイベント・プログラムが予定されている。(企画プロジェクト含む)

ピッティ・ウオモ出展社が企画する会場内のイベント：

6月14日

Everlast

ブランドの100周年を記念したアウトドア・スポーツをテーマとするパーティを開催し、ピッティ・ウオモ・ウィークを開幕する

6月15日

Brembo

ス

オープニング直後、会場内にてBremboプロデュースのパフォーマンスショーが開催され、新しいセーフティ商品を発表する

6月16日

Mason's

プレスやバイヤー向けに新コレクションを発表する
「Heart Peace and ...shower」イベント - いわゆるミリタリースタイルから様々なインディゴ・ブルーの色調に仕上がるデニムのウォッシュ加工のバーチャルプロセスを展示する

フィレンツェ市内のイベント：

6月15日

C.P. Company

コンテナスト社協力のイベント

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

Le Coq Sportif フォンダツィオーネ・アリナリと企画するサイクリングの世界に捧げる写真展

Sundek 歴史的アメリカン・ブランド Sundek が有名デザイナーNeil Barret の新コレクションを発表する

Firenze Made in Tuscany Magazine 創刊号を祝杯するカクテル・イベント

Night Geo Sessions Party カルチャー、環境維持開発、エンターテインメントがブレンドされたイベント—DJ クラウディオ・コッコルト、ラジオ・パーソナリティのアレックス・ブラガがテレビ・チャンネルの Nat Geo Music と協力し、アーティストック・パフォーマンスを通し、観る者をイタリアの環境的、芸術的遺産発見の旅に招く

6月16日

Serge Blanco アルノ川岸の Circolo Canottieri にてラグビー選手セルジュ・ブランコに捧げる「ラグビー・スタイル」をテーマにしたカクテル・パーティを開催

Dockers San Francisco レオポルダ駅のアルカトラズ・エリアにてイベント開催

48th L'Altro Uomo Party 1987 年以来インターナショナル・ダンスのカルト的存在であるこのイベントは今回ヴィラ・カステレットにて開催、Duran Duran のロジャー・テイラーが主賓となる

6月17日

Banci Gioielli Prezioso ロンド・デイ・バッコにて新ジュエリー・コレクション「Il Cielo per una stella」を発表、カクテル・パーティも開催

Pantofola d'Oro Monsieurとの協力により、Eredi Chiariniファッション・ストアにてカクテル・パーティを開催

Guess レオポルダ駅にてエクスクルーシブなイベントを開催

ピッティ・ウオモ期間中、会場内の催し：

Allegri

「The Architects of Fabric(ファブリックの建築家)」と名乗る歴史的イタリアブランド Allegri が、ブランド生誕から現在に至り、通算 2000 枚目となるファブリックの研究成果をジョヴァンニ・ガステルの写真展を通して紹介する。フォルテツァ・ダ・バツツ会場内のブースにて開催される。

Bear

カリフォルニアの有名ブランドは、有名な「シェイパー」として知られる、「サーフボードのテイラー」ロジャー・ハインズを招き、ピッティ来場者のためにカスタム・サーフボードを創る—ピッティ・イメージネ・ウオモにもボードが贈呈される。

フィレンツェ市内その他のイベント：

Luisaviaroma.com

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

6月10日～13日、オンライン活動の10周年を記念し、バーチャルが現実になるというユニークなファッション・イベント「FIRENZE 4EVER...IT'S MAGIC」を開催する。ファッション・ブロガーに捧げた史上初のパーティであり、この3日間フィレンツェの街は最も有名でクリエイティブなファッションイニシテーターやオピニオン・リーダーに侵略されるであろう。スペシャル・パートナーである Tommy Hilfiger が、故キース・ヘリングのアイコンック・アートにインスパイアされたカプセル・コレクションを発表する。

RIFLE Red Open Backstage

6月15&16日、Hotel Rosso 23にて新コレクションを発表し、Moto GPチャンピオン、マルコ・シモンチェリがモデルとなる「behind the scenes (裏舞台の姿)」の写真撮影を開催する。

Faliero Sarti

6月16日、サンタ・マリア・ノベッラ広場にある Hotel L'Orologioにて、Faliero Sarti scarves for L'Oのプレゼンテーションを開催する。

Doni & Associati

6月15&16日、ワイン・デザインやパッケージとコミュニケーション分野の先駆者である Doni & Associati は、ライフスタイルやコンテンポラリー美学を通してワインとファッション間のコンセプトチュアル、またはコミュニケーションのリンクを探るエンターテインメント/イベントを開催する。当日はワイン・テイスティングや最高級の食を味わうことができる。