Finalmente bandiera bianca! Ma non si tratta di una resa, anzi. E' il segnale della ripartenza. In sicurezza certamente, ma con tanta determinazione per mettere a punto in presenza e a tempo di record i suoi saloni.

Pitti Immagine punta sul numero 100, rappresentato graficamente in modo leggero, allegro in un mare di colore e quindi comunicatore di gioia e di speranza. Firenze celebra così la centesima edizione di Pitti Uomo (Firenze Fortezza da Basso 30/06-2/07/2021) e riparte alla grande anche con le altre fiere che nella riproduzione grafica diventano **Pitti 100% Filati e Pitti 100% Bimbo**. *"Il 100 è un numero forte* – dice **Agostino Poletto, Direttore generale di Pitti Immagine**-, *significativo, tondo e promettente. È sicuramente un traguardo, ma – se letto al contrario, 001 – diviene il simbolo di un nuovo inizio. …… La centesima edizione di Pitti Uomo non sarà pura celebrazione con intento retrospettivo, sarà piuttosto un appuntamento che rilancerà il nostro modo di far parlare brand e designer guardando sempre al futuro. Il progetto grafico di* ***Francesco Dondina****, con i suoi cento modi diversi di scrivere 100, rappresenta bene l'anima di Pitti: creativa e multisfaccettata"*

"*La prossima* – sottolinea **Raffello Napoleone, Amministratore Delegato di Pitti Immagine**– *sarà un'edizione unica rispetto alle nostre abituali, dopo un anno di stop: il 28 giugno ripartiamo in presenza con Pitti Filati dalla quale si passerà, con un giorno di sovrapposizione, a Pitti Uomo e Bimbo, in programma insieme dal 30 giugno al 2 luglio. Pitti Filati è una manifestazione al completo, con anche la Vintage Selection e le sezioni dedicate alla ricerca: 77 filature saranno presenti in Leopolda e 9 su Pitti Connect, per un totale di 86 aziende, 8 delle quali estere. Per quanto riguarda, invece, i numeri di Pitti Uomo, al 9*

giugno abbiamo avuto la conferma da parte di 315 brand che esporranno in Fortezza da Basso e già 50 su Connect, con 79 internazionali, mentre per Pitti Bimbo sono ad oggi 74 i marchi in fiera e 39 quelli su Connect. Ci aspettiamo che i compratori arrivino ad essere tra i 7000 e gli 8000, non solo italiani, ma provenienti anche dall'Europa…..E' un momento di ripresa importante: noi abbiamo raggiunto la 100ma edizione con Pitti Uomo, che mi piace guardare anche come numero al contrario e pensare che sia sinonimo di ripartenza: la 001, dopo la terribile pandemia"

Fermiamoci su **Pitti Uomo edizione 100**, così come viene presentata sul sito ufficiale anche se gli organizzatori stanno ultimando il calendario degli eventi, dei guest e dei progetti speciali che animeranno le giornate in Fortezza.

Il percorso all'interno delle collezioni si articolerà in tre macro aree, tre percorsi speciali che raccontano le diverse anime del menswear.

Fantastic Classic: Un viaggio attraverso le evoluzioni del menswear di alto profilo: dalla rilettura del tailoring ai grandi campioni del Made in Italy. Una formula contemporanea dell'eleganza maschile, che guarda oltre il formale. Una proposta crossover riservata ai prodotti lifestyle dell'uomo contemporaneo.

Dynamic Attitude: Uno stile che connette i modi della vita metropolitana all'outfit degli sport autentici. Il territorio aperto al mondo urban e alle sue urgenze stilistiche. Lo spazio riservato ai progetti in erba, ai più vivaci laboratori creativi.

Superstyling: Brand sperimentali e innovativi dalla cifra internazionale, che alimentano la ricerca stilistica e la proiettano in avanti. Le avanguardie più avanzate del fashion, le collezioni che si distinguono per la capacità di anticipare le tendenze. Uno streetstyle grintoso nel design, luxury nei dettagli, hi-tech nei materiali.

Oltre alle macro aree il salone presenterà anche spazi espositivi indipendenti, in cui i brand potranno esprimersi e illustrare le proprie collezioni.

Riguardo a eventi e nuove iniziative gli organizzatori della presente edizione segnalano anzi tutto la collaborazione con **Assopellettieri** per il lancio del progetto **Mipel Lab**: un'installazione speciale all'interno del Padiglione Centrale svelerà in anteprima il nuovo progetto espositivo voluto e promosso dall'Associazione in collaborazione con **Lineapelle**.

Sul versante innovazione, un'area speciale della Fortezza valorizzerà una serie di startup del Made in Italy (Manikomio Dsgn, Geodi _ Niccolò Pasqualetti, Broz & Broz, C.9.3, Canaku, Re49) come risultato del progetto **Young Italian Start Up Around The World** promosso da Pitti Tutoring & Consulting in partnership con ICE.

In una location appositamente dedicata della Fortezza da Basso, il designer sudafricano **Thebe Magugu** presenterà in anteprima, giovedì 1 luglio, una speciale collezione uomo del brand omonimo.

Dal 30 giugno al 2 luglio la Fortezza diventerà il set di uno **speciale shooting** che avrà come protagonisti una serie di brand di punta di Pitti Uomo, tra cui spiccano Caruso, Herno, Kiton, Pierre Louis Mascia, Stefano Ricci, i cui capi delle nuove collezioni saranno fotografati in luoghi diversi della Fortezza, da una serie di giovani fotografi italiani.

La terza edizione di **Sustainable Style** presenterà 15 brand, frutto di uno scouting tra le realtà giovani e i designer che creano e producono seguendo criteri di eco-responsabilità (Arbo Paris, Connor McKnight, DNI, Federico Cina, Monad London, Myar, Ordinary Disorder, Patchouli Studio, Patrick McDowell, Reamerei, Stories, Uniforme, Vitelli, Woo e Wuuls).

Una novità assoluta saranno i **Pitti Studios,** un servizio di produzione di contenuti foto, video e storytelling pensato per valorizzare le proposte dei brand in un'ottica cross-canale social e digital media, su Pitti Connect e sulle piattaforme degli stessi espositori.

La maggioranza degli eventi si svolgerà in Fortezza, ma alcuni momenti da segnalare sono la Sfilata del Polimoda il 29 giugno, in location ancora da definirsi, la presentazione di Gucci il 1° luglio, nell'anno del suo centenario, della nuova sede dell'Archivio a Palazzo Settimanni, sede storica del marchio. E ancora la collaborazione fra Pitti Immagine e Rinascente, che prevede che nel negozio di piazza della Repubblica a Firenze il concept di Pitti Uomo 100 venga riproposto sui diversi piani così, come in Fortezza Rinascente avrà una presenza in continuità con il progetto #beflorentine, che racconta la città attraverso il suo essere internazionale.

In parallelo al salone fisico, Pitti Immagine torna a presentare un ricco programma di progetti speciali, format esclusivi ed eventi online su The Billboard, per continuare a valorizzare sulla piattaforma globale Pitti Connect le proposte e le iniziative degli espositori per circa 3 mesi. "*E' bello che possiamo lavorare accanto alle aziende non solo 4 giorni ogni 6 mesi, ma essere loro interlocutori tutto l'anno con questo doppio tavolo di lavoro, che avvicina e unisce fisico e digitale*" ha chiosato Agostino Poletto.