L’edizione 2012 di Pitti Uomo? Ricca di eventi,e di speranze.

**1072** i marchi alla Fortezza da Basso, a cui si aggiungono le **70** collezioni donna a Pitti W alla Dogana, di cui **410** provenienti dall’estero.

Il salone si conferma punto di riferimento delle aziende internazionali per la presentazione delle loro collezioni a oltre 23 mila buyer  (tanti erano nella precedente edizione) e alla stampa internazionale.

**11** le tappe in cui si articola il percorso dentro la moda uomo:

**_ Pitti Uomo, Make, Pop Up Stores**

**_ Sport & Sport**

**_ Ynformal, Urban Panorama, My Factory**

**_ Futuro Maschile, Touch!, l’Altro Uomo, New Beat(s)**



Pitti Uomo 81° immagine
dal comunicato stampa

Il tutto racchiuso da un filo conduttore, come è da tradizione nell’allestimento degli spazi esterni del salone, che questo anno si concreta nel disegno grafico. **The Words of the Future** è un tributo alla comunicazione visiva e alla sua sensibilità  nel tradurre il presente in segni, forme e atmosfere, spesso più velocemente della moda.”*Abbiamo voluto imbastire una specie di gara tra due velocisti del nuovo”,* dice Agostino Poletto, vice-direttore generale di Pitti Immagine. *“Il campo di gioco è quello della comunicazione visiva, di cui sia*

*la moda che la grafica sono grandi protagonisti".*

Hanno raccolto la sfida 14 giovani graphic designers internazionali chiamati ad esprimere il loro sguardo sul futuro attraverso una parola, che avrebbero tradotto in immagine creando un logo che potesse rappresentarla. L'architetto Oliviero Baldini ha trasformato il vocabolario di immagini di **The Words of the Future**, nella rappresentazione grafica della manifestazione, mettendolo in scena con uno speciale allestimento mobile nel piazzale della Fortezza da Basso, e declinandolo in diversi modi all'interno delle altre sezioni di Pitti Uomo. Le parole scelte dai grafic designer? **Empire, Memory, Serendipity** ( la sensazione di sorpresa quando si scopre qualcosa di imprevisto e non cercato)**, Money, Curiosity, Utopia, Reorient, Regain, Balance, Silence, Now, Forest, Technology, Share.**

Vediamo più da vicino alcune delle 11 tappe del percorso di Pitti Uomo 81° visitabili tutto i giorni dalle 9.00 alle 18 nello spazio della Fortezza.

**PITTI UOMO**: sezione localizzata nei tre piani del Padiglione centrale contenitore e simbolo dell'identità del salone.

Il piano Inferiore accoglie collezioni che esprimono una raffinata contaminazione tra classico, ricerca e sportswear deluxe con nomi come Brunello Cucinelli, Church's, Cruciani, Isaia, Jimmy Choo, Lardini e altri.

Il Piano Terra accoglie marchi come Allegri, Brooks Brothers, Cantarelli, FaÃ§onnable.

Il Piano Attico vede i protagonisti del nuovo classico come Kiton, Herno, PT01 e Sartorio che si distinguono per l'esclusività dei materiali e delle lavorazioni.

Il nuovo progetto EXTRA-ORDINAIRES* apre il Padiglione centrale ad oggetti scelti per la

loro novità , bellezza e unicità , integrando la moda con altre merceologie di lifestyle come gli oggetti di home design e di artigianato creativo.

Pitti Uomo 80° allestimento esterno

**MY FACTORY**: localizzata negli spazi del Lyceum si è affermata come piattaforma per scoprire gli stili emergenti della moda, e alcuni tra i più vivaci laboratori creativi del segmento urban e sportswear. Tra i nomi presenti: DBSW, Hudson, Jack Flynn, Panama Route, Piola, Resho, Skive.

**SPORT & SPORT**: in crescita e sempre più articolata, è una sezione che amplia i suoi spazi; al Padiglione Cavaniglia e al Padiglione delle Ghiaia si aggiunge un'altra area, le Costruzioni Lorenesi. Nomi come Blauer, C.P. Company e BPD, Henry Lloyd e North Sails creano allestimenti d'impatto; altri rappresentano anteprime mondiali o rientri importanti come quello di Pepe Jeans London, ma anche di Sabelt e di Napapijri.

**TOUCH! e L'ALTRO UOMO**: rappresentano il lato più avanzato dell'avant-garde. La sezione fin dall'inizio si è concentrata sulle proposte più eclettiche per il guardaroba dell'uomo contemporaneo, sugli stili più visionari, capaci di mixare materiali sofisticati della tradizione e un tocco eccentrico.

**FUTURO MASCHILE**: è il laboratorio sulle nuove espressioni del formale. Sorta di "salone nel salone", lo spazio della Sala delle Nazioni è un luogo speciale di aziende e collezioni ultra-selezionate che si rivolgono a una distribuzione internazionale attenta, sofisticata e aperta al nuovo. Tra i nomi di questa edizione: Alden Usa, Andrea Pompilio, Camoshita

United Arrows, Emiliano Rinaldi, Ernesto, Haver Sack, Liberty London, Pierre Louis Mascia, Salvatore Piccolo.

**NEW BEAT(S):** E' l'area che Pitti Uomo dedica ai debutti assoluti al piano terra delle Costruzioni Lorenesi. Provengono da tutto il mondo – dalla Corea Del Sud, dal Giappone, dalla Danimarca o dalla Svezia – i giovani designer che uno scouting attento ha segnalato tra i più interessanti in questo momento nel panorama del fashion, e che si presentano al primo appuntamento con il pubblico internazionale proprio a Pitti Uomo. I marchi di questa edizione: Baruc Corazon, Fagassent, House of Montague, Koike, Laurenceairline, One Over On, 1/1, Pbcode, Rossoforte, Scarti-Lab, Series, Smith Wykes, Snoot.