È Pitti immagine ad aggiudicarsi il premio miglior evento fieristico 2008 agli ItaliaOggi Marketing Awards. Lo ha annunciato ieri Classe editori, che ha indetto l'evento. La consegna del premio "Marketing Mix- miglior evento fieristico dell'anno" avverrà nella mattinata di martedì 16 giugno, all'interno di Pitti Immagine Uomo 76 (in scena dal 16 al 19 giugno).

La sera di mercoledì 17, nell'affascinante cornice del giardino di Boboli, il designer giapponese Jun Takahashi, creatore del marchio Undercover, porterà sulle passerelle la sua collezione Menswear Collection S/S 2010, che sarà per la prima volta a livello internazionale.

Nella stessa settimana, si svolgerà anche la IV edizione di Pitti W_Woman Precollection, il salone evento di Pitti Immagine dedicato alla collezione donna. Assisteremo ad una speciale selezione di circa sessanta marchi internazionali, che presenteranno in esclusiva le loro collezioni Primavera/Estate 2010. Questa edizione vivrà il suo momento clou nella serata dedicata ai Proenza Schouler, label newyorkese creata dal duo Jack McCollough e Lazaro Hernandez. I due designer, infatti, presenteranno in anteprima assoluta la precollezione donna e accessori per la prossima primavera estate. "Siamo elettrizzati all'idea di essere stati invitati da Pitti Immagine a presentare la nostra collezione a Firenze – dicono i Proenza Schouler. "Sarà la nostra prima sfilata fuori dagli Stati Uniti e anche la prima volta che presentiamo una precollezione. Sulla scia di questa novità, abbiamo scelto anche un modo nuovo di presentare la nostra collezione: abbiamo scelto uno stile che mettesse assieme elementi diversi, ma tutti costitutivi dell'identità Proenza Schouler, e che al tempo stesso portasse oltreoceano qualcosa di tipicamente americano".

Una novità della manifestazione fiorentina è il grande set fotografico in progress,

caratterizzato da ritratti di stile, foto-schedatura o scatti rubati nei dietro le quinte da un gruppo di giovani fotografi, che andranno ad animare l'allestimento scenografico. Al tempo stesso, nello spazio sopra il Salone M, sarà realizzato una sorta di camminamento, affinché ognuno possa dare il suo contributo al muro fotografico, aggiungendo propri scatti. "Pitti People – afferma Agostino Poletto, vice-direttore generale di Pitti Immagine – è un progetto nato dalla volontà di rendere protagonista la variegata community di buyer, stampa e visitatori che con il loro stile contribuiscono a rendere la nostra manifestazione unica e diversa da tutte le altre fiere di moda. Crediamo che il pubblico abbia ruolo centrale nelle nostre fiere: la moda indossata dalle persone durante i nostri eventi è un'altra straordinaria occasione per fare il punto su stili e tendenze, accanto alle collezioni negli stand. Ad accogliere i visitatori nel piazzale al centro della Fortezza, in uno spazio che viene ripensato come un luogo in cui fermarsi, guardare e farsi guardare, ci sarà infatti una grande installazione, un altissimo wall su tre lati lungo 100 metri, su cui giorno per giorno si accumuleranno i ritratti e le immagini di gruppo scattate a questo stesso pubblico da una serie di giovani bloggerfotografi itineranti".

Largo spazio anche ai giovani al Pitti Immagine Uomo 76, tra gli spazi del Lyceum che per l'occasione si presentano al pubblico con un nuovo lay out. Da una parte *New Beat(s)* accoglierà le linee di giovani marchi d'avanguardia segnalati tra i più interessanti a livello internazionale, attraverso le proposte di fashion designer emergenti, provenienti da tutto il mondo, dalla Francia alla Corea, dalla Germania agli Stati Uniti. Dall'altra parte, *Welcome to my house* ospiterà una selezione di realtà giovani ma già conosciute, che incentrano la loro ricerca sulla street culture.