

La manifestazione di moda

IL PING PONG DI PITTI

Sport, fantasia e Bocelli: 2000 marchi all'edizione estiva Firenze fashion celebra i 60 anni con Gucci e Ferragamo

*** DANIELA MASTROMATTEI

■ ■ ■ «Ping Pitti Pong», un titolo insolito, un po' orientale, quasi zen, con chiari riferimenti allo sport, per l'86esima edizione di Pitti Immagine Uomo, che a Fortezza da Basso dal 17 al 20 giugno mette in scena non solo i 1030 marchi maschili, più le 70 collezioni donna, ma anche i festeggiamenti per i 60 anni del Centro di Firenze per la Moda Italiana.

Salvatore Ferragamo, Gucci, Emilio Pucci ed Ermanno Scervino (tutti marchi fiorentini, grande assente Roberto Cavalli) sono i protagonisti di *Firenze Hometown of Fashion*, progetto di grandi eventi voluto dal suo presidente, Stefano Ricci che dona una nuova illuminazione del Ponte Vecchio. «Un programma ambizioso che è un tributo al mondo della moda italiana», spiega Ricci. «La ripresa riparte da Firenze, una città che possiede una straordinaria capacità manifatturiera per lavori di alto artigianato; per questo le griffe più apprezzate a livello internazionale stanno ricercando con crescente interesse le produzioni di questo territorio».

Intanto lo stilista Cavalli, assicura

l'ad di Pitti Immagine Raffaello Napoleone, ha garantito che verrà a festeggiare a gennaio o a giugno prossimi. Intanto le griffe fiorentine hanno in programma una serie di eventi. Ermanno Scervino presenterà *The White Renaissance*, una rivisitazione contemporanea della Sala Bianca, culla della moda italiana, resa celebre da Giovanni Battista Giorgini, pioniere del made in Italy. Location dell'evento: Forte Belvedere. Per Gucci, una serie di appuntamenti al Gucci Museo e nello storico negozio di Richard Ginori. Nel Museo Ferragamo si terrà una mostra che metterà a confronto opere d'arte con le calzature-scultura «dell'architetto delle scarpe Salvatore Ferragamo», dal titolo *Equilibrium*. Mentre gli eventi di Pucci sono ancora in fase di preparazione.

Una grande festa che sarà aperta dal concerto di Andrea Bocelli, assieme ai Cameristi del Maggio Musicale Fiorentino (lunedì 16 alle 19) nella cornice dell'Opera di Firenze, il nuo-

vo teatro lirico, all'interno del Parco della Musica e della Cultura. Pitti riparte insieme ai «segnali positivi», ha spiegato il presidente di Pitti Uomo, Gaetano Marzotto, durante la conferenza stampa di ieri a Milano, «che arrivano dai dati forniti da Smi-Sistema Moda Italia, secondo cui le nostre aziende stanno esportando di più, con una previsione di vendite maggiori sia all'estero (+8%) che in Italia (+3%), oltre al fatto che nel 2014 il *sell-out* ha messo a segno maggiori consumi in Europa, piuttosto che negli Usa e in Asia come nel 2013».

Tante le novità della manifestazione, dai progetti speciali dei brand (Lardini con Nick Wooster e G-Star con Pharrell Williams) a quelli firmati Pitti; il settore *Just like a Man* dedicato al classico maschile e il nuovo *Pop-eye* in collaborazione con Mido, la mostra internazionale dell'occhialeria. Spazio anche per i giovani che, come nelle scorse stagioni, presenteranno le proprie novità nel contenitore *Pitti Italics*, con l'argentino



Marcelo Burlon e il duo made in Italy *au jour le jour*. Ospite speciale di questa edizione, un marchio del gruppo Zegna, che, come ha ricordato Napoleone, dopo sei anni rientra a Firenze, dove porta Z Zegna come *guest star*, con la nuova linea (che fonderà Zegna Sport) disegnata a quattro mani da Murray Scallon e Paul Surridge.

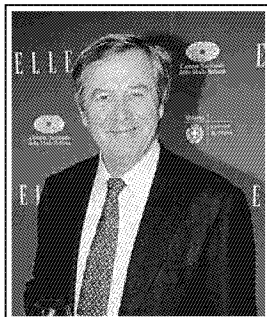
Italia Independent ritorna a Pitti Uomo con un progetto speciale *Unique Edition for Pitti Immagine Uomo*, una piccola collezione di occhiali da sole su misura in 60 esemplari numerati. Da segnalare anche la partecipazione di un gruppo di brand che arrivano dal Giappone, attento alla ricerca nel classico contemporaneo - Kogen 1940, Hybrid Sensor, Cyprus, Raglux, Gim, Calzoni, Nagashima Fukushoku - riuniti sotto l'egida di *Men's Fashion Unity*.

Rientri eccellenti: Borsalino, Brooksfield, Custo, Eleven Paris, Massimo Alba e Woolrich Woolen Mills. E poi da una parte la Corea del Sud come *guest nation*, nelle ultime stagioni si è distinta come una delle realtà più interessanti della ricerca fashion e un progetto che celebra anche i 130 anni dei rapporti commerciali tra Italia e Corea. All'interno di una location dedicata in Fortezza, la Polveriera, andranno in scena le collezioni di una selezione di brand coreani che fanno ricerca nel *menswear*.

E dall'altra, spunta un eccellente Piano Attico (tanti anni fa, agli inizi del Pitti era la soffitta) un *Just like a man*, nuovo progetto espositivo del Pitti che da giugno ridisegna il Padiglione centrale con un *layout* ideato da Patricia Urquiola. L'atmosfera vuole essere quella di un *Gentlemen's Club* dai tratti contemporanei.

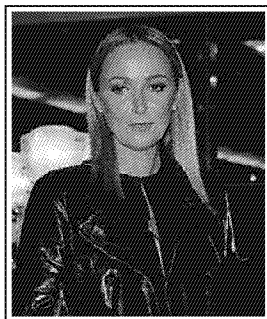
L'ambiente sarà vivacizzato dall'incursione di nuovi *alternative set*, ma anche da nuove aree e servizi offerti in collaborazione con aziende italiane di qualità. Da Proraso, marchio di prodotti per la rasatura, si assisterà a una rilettura in chiave moderna del concetto di barberia italiana; mentre Cuoio di Toscana darà la sua interpretazione della figura di sciuscià, fino allo *Spazio Fumoir* curato da Fabrizio Franchi, che ospiterà, oltre all'antico sigaro fiorentino, selezionati cioccolati, caffè, distillati e bollicine; e poi una doppia lounge, elementi scenografici d'effetto e oasi di puro relax. In più, le scale che portano all'Attico saranno costellate da una mostra speciale con gli snapshot di Leon Japan, Korea e China che celebrano i 13 anni del noto magazine.

LA SCHEDA



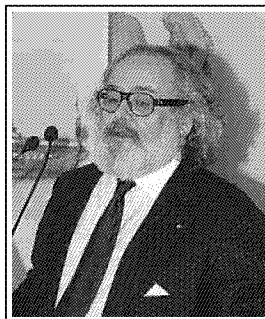
IL PRESIDENTE

Gaetano Marzotto (foto Fotogramma), primogenito di Vittorio, è il capofila della quinta generazione imprenditoriale della famiglia Marzotto; 60 anni, laureato in Economia Aziendale presso l'Università Bocconi. Spirito sportivo ma elegante, amante dello sci, della bicicletta e del tennis. Il presidente di Pitti Immagine è motivato da grande ottimismo



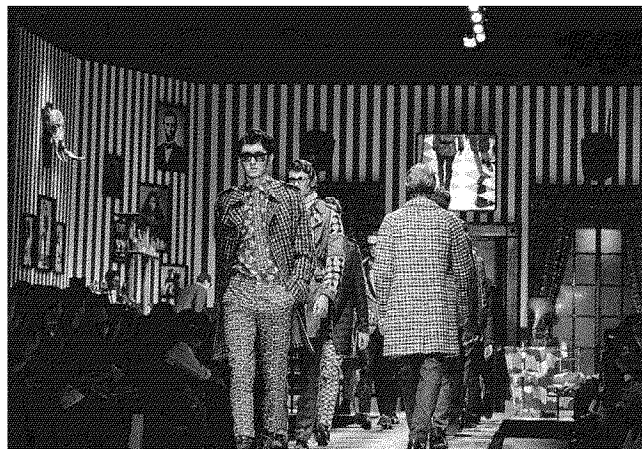
GUCCI

Frida Giannini (nella foto Lapresse), stilista della maison Gucci, che parteciperà insieme alle griffe Ferragamo, Pucci, e Scervino al 60esimo anniversario del centro di Firenze per la moda italiana con una serie di eventi. Sono tutti marchi fiorentini, unico assente Roberto Cavalli che ha promesso di festeggiare la prossima edizione di Pitti Uomo



STEFANO RICCI

Presidente del Centro Moda. Sua sarà la nuova illuminazione del Ponte Vecchio che la sua azienda ha finanziato e la sera del 16 giugno sarà la vera anteprima di Pitti Uomo, tra spettacolo di giochi e fuochi d'artificio sull'Arno; un concerto all'Opera di Firenze con il maestro Andrea Bocelli che ha anche accettato di accendere la nuova illuminazione [Ansa]



Una sfilata al Pitti Uomo: collezione autunno inverno 2014-2015 di Stella Jean. Sotto Andrea Bocelli [Lapresse]