Dal 16 al 19 giugno Firenze è tornata ad essere la capitale della moda maschile. La 88/ma edizione di Pitti Uomo ha portato al pubblico l'eleganza tra i colori dell'estate, un evento molto s eguito da persone famose, uomini ben vestiti e appassionati di moda da tutto il mondo. Una Factory con un calendario di quattro giornate pienissime di manifestazioni, mostre e novità di Pitti Uomo ha regalato a Firenze un insieme unico di tanti grandi e piccoli eventi di moda italiana. La conclusione di questa edizione di Pitti Uomo ha promesso che la prossima edizione sarà ancora più partecipata.
L'internazionalità di Pitti Uomo è indiscutibile: dai 1.178 brand esposti, fra tanti rinommati Made in Italy, quasi 500 sono venuti dall'estero, una pencentuale che corrisponde anche ai compratori stranieri nell'edizione di gennaio. Professionisti di moda (e in questo team ci sono anche bloggers!) dall'America all'Asia vengono a Firenze per conoscere le tendenze europee per l'estate 2016 in anticipo.
Il tema di questa edizione è stato costruito sui colori e i sentimenti dell'estate: That's Pitticolor!, secondo Agostino Poletto, vice direttore generale di Pitti Immagine, si parlerà di colore ai colori alla creatività, di cui siamo da sempre e continuamente immersi, quelli che ci stanno attorno, che portiamo addosso, che sono dentro di noi e davanti ai nostri occhi.

È importante il concetto generale, ovviamente, non c'è solo rispetto per i bei prodotti portati dagli espositori, ma c'erano bellissimi colori presenti anche nell'allestimento degli stand ed in tutto lo spazio della Fortezza da Basso. Instalazioni moderne, esperienze cromatiche e giochi di luce erano al primo posto. Queste innovazioni rappresentano un riflesso della presenza di giovani nella programazione, costruzione e il design. Infatti, la presenza di giovani è anche forte fra il brand: i nuove creative hanno una sezione distaccata nella fiera, sia nelle premiazione nazionale delle rivelazione della moda che promuovano e divulgano, sia nel padiglione My Factory, dove i piccoli espositori hanno spazio per presentare le loro creazione, sia nei Pop Stores dentro i padiglioni principali.
Non sono mancate le critiche: nononstante l'importanza per il marketing della popolazione italiana. Pitti Uomo per la città di Firenze, fa da cornice alla richezza, quasi opulenza, che però fa notare la diseguaglianza di classe presente nel mondo, dove ancora ci sono quelli che muiono di fame mentre altri viaggiano tra i continenti per comprare vestiti che costano oltre 500 euro.

Naturalmente anche per quest'anno la valutazione finale è superiore alla media indicata sia per esportazione che per importazione.

Gabriela Bara/DEApress

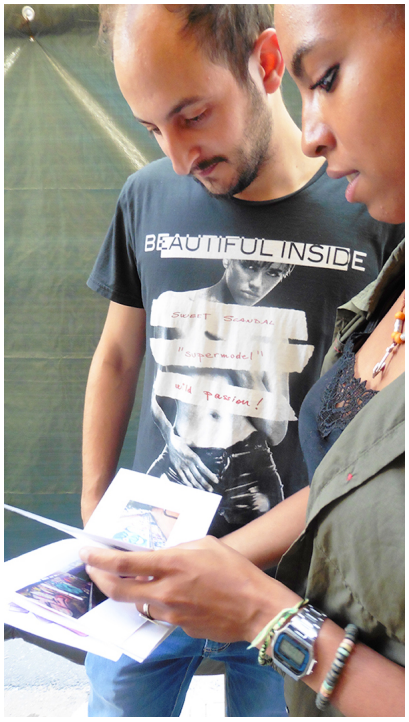

Foto di Silvana Grippi