

NEW ENTRY A PITTI UOMO

DI ELISABETTA FABBRI ED ELENA AZZOLA

# ANCHE LE MATRICOLE LASCIANO IL SEGNO

Come si vestono l'uomo sempre in azione o quello che ama stare in libertà? E il bad boy? In Fortezza le risposte, con i brand che presentano per la prima volta alla rassegna fiorentina e qualche rentrée. Dal total look alla maglia, dalle scarpe ai gioielli, fino alle cover per lo smartphone

*Brands that debut at Pitti Uomo respond to different consumer targets with products ranging from total look to knitwear, from shoes to jewelry, not excluded smartphone cases.*



**Matchless London**

Il più antico marchio britannico di moto, abbigliamento e accessori, **Matchless London**, lancia la collezione autunno-inverno 2016/2017 e la capsule collection **Star Wars** presso le **Grotte dell'Area Monumentale**. Sotto i riflettori anche 25 moto storiche rare e la nuova **Model X Reloaded**.



**Franklin&Marshall**

**Franklin&Marshall** torna a **Pitti Uomo** per raccontare il suo mondo fatto di libertà, passione per lo sport e qualità made in Italy. Anche per l'inverno prossimo il marchio attinge dal mondo delle università Usa, convinto che si possa essere innovativi senza dimenticare le origini. Anzi, esaltandole.



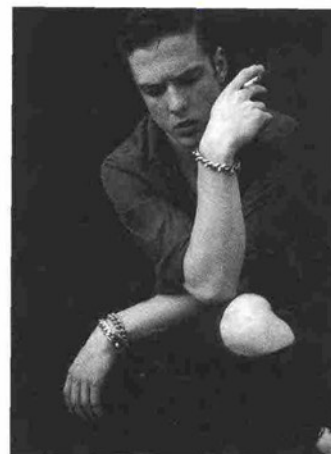
**Strellson**

Lo slogan con cui si presenta, «Urban fashion for men who are always on the move», è la sintesi perfetta del menswear **Strellson**. Il marchio fondato negli anni Ottanta dalla famiglia **Holy** (ex-proprietari di **Hugo Boss**), parte dell'**Holy Fashion Group**, vuole essere riconosciuto anche per la precisione e l'affidabilità, tipiche delle sue radici svizzere.



**5Preview**

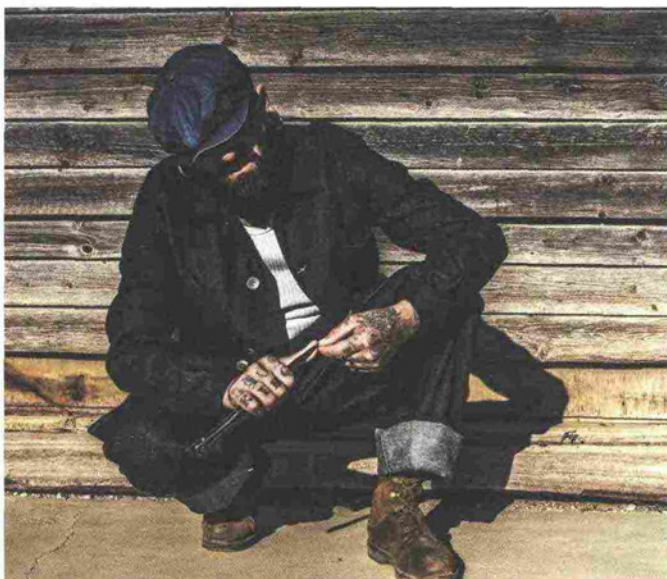
La storia del brand **5Preview** inizia nel 2008 a Roma, dove il designer e illustratore svedese **Emeli Mårtensson** crea una mini-linea di T-shirt. Distribuito in Italia da **Baco Distribution**, il brand di base a Stoccolma esordisce in Fortezza con una collezione «casual ma confident, street ma elegante», per un target trasversale.



**Emanuele Bicchocchi**

A **Pitti Uomo** il designer **Emanuele Bicchocchi** gioca in casa. Nato a Firenze, classe 1983, a 18 anni inizia a collaborare per le collezioni di preziosi di grandi nomi della moda. A 23 dà vita alla sua linea che, per l'anima street-rock, piace a voci italiane di successo come **Marracash** e **Francesco Renga**.

NEW ENTRY A PITTI UOMO



**Fleurs de Bagne**

L'originale marchio di Aix en Provence, fondato nel 2011 da **Mika Dumas**, racconta delle storie, indagando nell'universo degli uomini duri, veraci, con frequentazioni della malavita o un torbido passato. Come si veste il bad boy **Fleurs de Bagne**? Vintage, militare, marinaro, con una netta predilezione per il denim. E per i tattoo.



**Barbanera**

Il marchio **Barbanera** nasce nel 2011 dall'idea di due coppie di fratelli (**Guardi e Pagliacci**), con differenti background ma la stessa passione: quella per le scarpe fatte a mano. Un po' dal sapore classico e un po' dandy, sono l'espressione di una nuova cultura italiana dello stile old-fashioned. Comfort garantito grazie all'applicazione del metodo **Goodyear**.



**Roxxlyn**

Le cover per l'iPhone più stilose? Le realizza la tedesca **Roxxlyn**, che ultimamente si sta facendo notare per le sue **Mineral Case**. Tutti pezzi unici, resistenti ma leggeri, speciali al tatto, perché sposano a vari tipi di minerali l'alluminio anodizzato. Interni in Alcantara.



**DoppiaA**

Blazer destrutturato con revers stonati, peacot in panno di lana con bottoni di pelle intrecciata, tabarro: **DoppiaA** (che sta per **Alain e Albert**, i nomi dei due fondatori) ripropone i classici del formale e dell'informale con ironia ma anche rispetto della tradizione. Per tutta la famiglia, per tutte le età.



**Parafina**

Arriva dalla Spagna l'eyewear **Parafina**. Di speciale ha che le montature sono in materiali naturali come il legno e il bamboo, a volte ibridati con il silicone. Anzi, un silicone "green": ecologico, biodegradabile è ultra-leggero e resistente alle cadute.