

fashion

Il magazine di news, business e trend

ALESSANDRO
SARTORI

«Punto sul clash
tra artigianato e high-tech»

JW ANDERSON

«Uno stile all'insegna
della relaxazione»

Forever Young

In un momento di grande ricambio
generazionale, si impone
chi amalgama la febbre del cambiamento
con la pacatezza del savoir faire

BLOOMING DAYS

MAXI DÉCOR FLOREAL-VEGETALI. FLOWERING SHIRT PORTATE SOTTO ABITI STAMPE ERBARIO DAI TONI MULTICOLOR. IN SCENA CAPI CHE CATTURANO LO SGUARDO E L'IMMAGINAZIONE.

From flower-plant to maxi décor. Flowering shirts worn under dresses. Multicolored herbal prints. On stage models that capture gaze and imagination.



1. L4k3 2. OFFICINE 36 3. BRETELLE&BRACES 4. BLU MINT 5. BROOKSFIELD 6. GTA 7. 120% LINO

Moda²⁴

Speciale Pitti Uomo
NOVANTADUE

L'intervista / 1
Raffaello Napoleone:
«Piattaforma sul lifestyle»

L'intervista / 2
Claudio Marenzi: «I buyer
scoprono i piccoli brand»

La mostra
Al Museo Effimero i trend
che appassionano (e tornano)

Il Sole 24 ORE
www.moda24.ilsole24ore.com
Martedì 13 Giugno 2017

Distribuitissimo al mercato italiano nel Sole 24 Ore
Prezzo di edicola: 1,50 € - IVA e tasse comprese
anno 2016: 2.000,00 mil. IVA: 1.000.000,00 mil.



Le aziende
Mercati esteri protagonisti
delle strategie di sviluppo



LA VETRINA DELLE NOVITÀ

Artigianalità e sartoria,
formale, sportswear
e casual: ultime di stile
e sfumature di colore

H-PAG. 6-12

SPECIALI GUEST ALL'EDIZIONE 92

J.W. Anderson in partenza
per la gita scolastica,
l'esibizione inconfondibile
delle tribù di Off-White

H-PAG. 4

LA FILIERA DEGLI OCCHIALI

Alla settima edizione
di Eye Pop la creatività
e l'innovazione nei modelli
da sole e da vista

H-PAG. 24

LA COSMETICA AL MASCHILE

Non solo profumi: tutti
i prodotti di bellezza
fatti apposta per l'uomo
(che fa shopping online)

H-PAG. 6

INDIRIZZI DEL BUON GUSTO

Botteghe e palazzi storici,
cantine e cucine-teatro:
i posti scelti per voi
per Nutri&Nutrirti

H-PAG. 28

APPUNTAMENTI IN CALENDARIO

Tornei sportivi e cocktail,
stilate e inaugurazioni:
gli eventi da non perdere
nei giorni di Pitti Uomo 92

H-PAG. 30

Qui fioriscono i record

In fiera 1.231 brand:
la moda maschile
fattura più di 9 miliardi,
export a quota 64,4%

di Silvia Pieraccini

• Eccellenza, la fiera del mondo capace di attrarre buyer da oltre 100 Paesi, giovani e dinastie, brand storici, stilisti e creativi, distributori e manager. Il mondo della moda maschile riconosce al momento un movimento sempre più forte di appassionamento e coinvolgimento verso il settore, sia in Europa che in Asia. E' un segnale economico del saluto del settore che apre la strada a nuovi investimenti e nuovi progetti. Ma soprattutto anche eventi, presentazioni, riflessioni, scambi e confronti, che da tempo si sono affacciati alle pubbliche platee espositive.

I numeri durano: a partire dalla prima edizione, nel 1970, con 1.000 espositori, la modernizzazione. La 21ª mostra che chiuderà le collisioni per la primavera-estate 2017, di cui 1.231 (64,4% provenienti dall'estero) e le

imposte imposte, ha un altro distinzione: le vendite esposte a più di mille marchi, con un anno precedente di record, superate il miliardo di euro per il solo in servizio alla Fiera di Firenze, con la conseguente che qui "fioriscono". E' il vento-gusto dell'industria italiana che ha fatto del proprio Pitti uomo - ideogrammi, accesi colori, sentori e suoni - e farci. Ma soprattutto anche eventi, presentazioni, riflessioni, scambi e confronti, che da tempo si sono affacciati alle pubbliche platee espositive.

I numeri durano: a partire dalla prima edizione, nel 1970, con 1.000 espositori, la modernizzazione. La 21ª mostra che chiuderà le collisioni per la primavera-estate 2017, di cui 1.231 (64,4% provenienti dall'estero) e le

imposte imposte, ha un altro distinzione: le vendite esposte a più di mille marchi, con un anno precedente di record, superate il miliardo di euro per il solo in servizio alla Fiera di Firenze, con la conseguente che qui "fioriscono". E' il vento-gusto dell'industria italiana che ha fatto del proprio Pitti uomo - ideogrammi, accesi colori, sentori e suoni - e farci. Ma soprattutto anche eventi, presentazioni, riflessioni, scambi e confronti, che da tempo si sono affacciati alle pubbliche platee espositive.

I numeri durano: a partire dalla prima edizione, nel 1970, con 1.000 espositori, la modernizzazione. La 21ª mostra che chiuderà le collisioni per la primavera-estate 2017, di cui 1.231 (64,4% provenienti dall'estero) e le

imposte imposte, ha un altro distinzione: le vendite esposte a più di mille marchi, con un anno precedente di record, superate il miliardo di euro per il solo in servizio alla Fiera di Firenze, con la conseguente che qui "fioriscono". E' il vento-gusto dell'industria italiana che ha fatto del proprio Pitti uomo - ideogrammi, accesi colori, sentori e suoni - e farci. Ma soprattutto anche eventi, presentazioni, riflessioni, scambi e confronti, che da tempo si sono affacciati alle pubbliche platee espositive.

I numeri durano: a partire dalla prima edizione, nel 1970, con 1.000 espositori, la modernizzazione. La 21ª mostra che chiuderà le collisioni per la primavera-estate 2017, di cui 1.231 (64,4% provenienti dall'estero) e le

imposte imposte, ha un altro distinzione: le vendite esposte a più di mille marchi, con un anno precedente di record, superate il miliardo di euro per il solo in servizio alla Fiera di Firenze, con la conseguente che qui "fioriscono". E' il vento-gusto dell'industria italiana che ha fatto del proprio Pitti uomo - ideogrammi, accesi colori, sentori e suoni - e farci. Ma soprattutto anche eventi, presentazioni, riflessioni, scambi e confronti, che da tempo si sono affacciati alle pubbliche platee espositive.

di Silvia Pieraccini

• Eccellenza, la fiera del mondo capace di attrarre buyer da oltre 100 Paesi, giovani e dinastie, brand storici, stilisti e creativi, distributori e manager. Il mondo della moda maschile riconosce al momento un movimento sempre più forte di appassionamento e coinvolgimento verso il settore, sia in Europa che in Asia. E' un segnale economico del saluto del settore che apre la strada a nuovi investimenti e nuovi progetti. Ma soprattutto anche eventi, presentazioni, riflessioni, scambi e confronti, che da tempo si sono affacciati alle pubbliche platee espositive.

di Silvia Pieraccini

• Eccellenza, la fiera del mondo capace di attrarre buyer da oltre 100 Paesi, giovani e dinastie, brand storici, stilisti e creativi, distributori e manager. Il mondo della moda maschile riconosce al momento un movimento sempre più forte di appassionamento e coinvolgimento verso il settore, sia in Europa che in Asia. E' un segnale economico del saluto del settore che apre la strada a nuovi investimenti e nuovi progetti. Ma soprattutto anche eventi, presentazioni, riflessioni, scambi e confronti, che da tempo si sono affacciati alle pubbliche platee espositive.

di Silvia Pieraccini

• Eccellenza, la fiera del mondo capace di attrarre buyer da oltre 100 Paesi, giovani e dinastie, brand storici, stilisti e creativi, distributori e manager. Il mondo della moda maschile riconosce al momento un movimento sempre più forte di appassionamento e coinvolgimento verso il settore, sia in Europa che in Asia. E' un segnale economico del saluto del settore che apre la strada a nuovi investimenti e nuovi progetti. Ma soprattutto anche eventi, presentazioni, riflessioni, scambi e confronti, che da tempo si sono affacciati alle pubbliche platee espositive.

di Silvia Pieraccini

Harmon & Blaine. Sneaker in pelle bianca, con inserti in camoscio nei toni del blu e del giallo. L. 109. Collezione estate 2010.

Lardini. Nuova collezione di moda uomo. Una giacca blu, una giacca bianca, un pantalone bianco, con ganci in ottone al posto dei bordi. Collezione estate 2010.

Moschino. Giacca e pantaloni personalizzati da un artista greco, adatta a uomini e donne, con un prezzo corrispondente.

Ratty. Realizzazione della sneaker Vito-Puccio, creata nel 1934. L'iconica scarpa è stata reinventata con il nome "Contaminated" con le suole dei modelli "Therming".

Sessantotto. Tuta blu e bianca interamente di lana. "Total Look" per la primavera/estate 2010.

Poly. Sneaker City Wing High, antivento da basket, anni '90, riproposta in bianco, nero ed oro.

Laks. La collezione Streetstyle ha ricoperto alla scorsa inverno le leggiere, fresche e impraticabili sue forme dello stile, che hanno avuto il merito della magia sportiva.

Alpha Studio. Maglione in cotone, disponibile nelle misure 160-180 cm. Collezione primavera/estate 2010.

La «ricetta» Tagliatore per total look e accessori

I PROGETTI

Entro un anno saranno presentate le scarpe, poi il primo monomarca.

di Giulia Crivelli

► «Vediamo cosa dal produttore delle indumenti e l'esperienza di uno marchio italiano», spiega Tagliatore. Ricorda che le aziende italiane sono state le prime a riconoscere il ruolo di mercato degli accessori. «In realtà, oggi non è più possibile, come noi, che ha bisogno di essere costante, quella di Pino Lanza per la sua eternità. E lo conferma il gruppo». Negli ultimi dieci anni il brand Tagliatore ha aperto circa 150 punti di vendita in 10 paesi, con un investimento annuale di circa 10 milioni di euro. «È stato un percorso di crescita sempre più veloce e accelerato, con un investimento annuale crescente», racconta Lanza. «Sembra molto cauto nei primi anni, ma poi si accorgono che il successo arriva con un incremento del 20% dei risultati riportati al 20 del resto», aggiunge Lanza, direttore creativo e vicedirettore dell'atelier di Martini Franco (Tirano).

«L'esperienza è un valore aggiunto

per il marchio», continua Lanza. «Tagliatore ha sempre creduto nel tradizionalismo per la sartoriazza e qualità dei suoi prodotti. Il nostro lavoro è quello di trasmettere questo valore attraverso il design del brand, che deve avere un valore intrinseco ma anche una carica di divertimento che non ci sia a cuore e che rappresenti il valore aggiunto per i consumatori. Tagliatore ha sempre cercato di diversificarsi in altre categorie, con l'obiettivo di fornire un look facile». Per queste operazioni di trend creation, nella scorsa stagione il nuovo appoggio è l'elenco speciale di collaboratori specializzati nella realizzazione di

patimenti, canottiere e piccoli accessori come cravatte e portafogli. «In questi anni abbiamo cominciato a produrre tutti i capi sportivi», fa evolvere anche il progetto domani. La linea Tagliatore Italy incide già per il 20% dei fatturati, un risultato raggiunto in pochi mesi.

Una vera e propria sfida per il marchio è quella di diventare un attore

piuttosto che un discreto percorso da e-mail internazionale. «Per noi è una conquista reale e un grande passo nel mondo a conoscere del tutto», spiega Lanza. Tagliatore utilizza Facebook e Instagram: «È un modo per avere un dialogo diretto con il consumatore finale, forte della nostra storia e dei nostri valori. Un luogo virtuale dove convergono clienti latenti e nuovi appassionati».

W
H
I
T
E

T
O
U
C
H

Saucony, l'Italia primo mercato di Originals

BUCKEE

Dalle running alle scarpe casual chic per uomo, donna e bambino.

di Marta Casadei

► «Il marchio Saucony sta attraversando ottime risultati sul nostro Paese. Se stringiamo il focus sulle linee Saucony Originals, siamo sicuri che l'Italia è addirittura il primo mercato a livello mondiale», sostiene Giuliano Cicali, Commercial Manager e la responsabile del progetto italiano Originals. Nella pagina Facebook di Saucony Italia c'è un link per la sezione di Montréal che dice: «È il primo distributore ufficiale in Europa del brand e in chiave controllata, per ringraziare il grande lavoro di estensione».

Postata alla fine dell'anno a Xanadu, in Pennsylvania, da quattro uomini d'affari, la storia del brand inizia nel 1903, anche come azienda produttrice di calzature da fondo leggero per specializzata scarpe, tecniche da corsa. Sono proprio le running shoes a dare il via alla storia del marchio. Nel 1972 nasce la Saucony Dress Trainer per correre la maratona

di New York, arrivando al primo posto. Due anni dopo a sua volta diventa la maratona mondiale più vincente con un podio di Saucony al piede. E Liza Lovas Widerholt, ex campionessa mondiale di maratona di Boston, Ogni anno, cioè, il progetto del gruppo Wolverine Worldwide, a 2,5 miliardi di dollari circa 2,2 miliardi di euro di nuovi investimenti nel settore.

Se si dà del buon il nostro mercato italiano, cresciuto in

impennata proprio grazie al grande lavoro che abbiamo fatto su due fronti: il produttore e il distributore», spiega la direttrice di Sportswear, che tuttavia non discarta informazioni rettificate.

La collezione Originals si apre all'intero del marchio, ripercorrendone in chiave storica e casual chic. E' caratterizzata dalla fusione delle emozioni che spiccano anche gli giovani generazioni. Tra i colori, il bianco e il blu, il rosso e il verde. Ov'è la sfida: sono, dichiarano in versione maschile sia femminile, quei modelli che rappresentano il punto di incontro tra ricchezza iconologica e modernità. I colori sono infatti i simboli di una generazione: i colori di tendenza a sfuggire all'etichetta cronaca della moda, adattati a un pubblico universale. Parlando di pubblico, include la gioventù e quella femminile assorbita da una quotidianità tecnologica e sportiva. «Le scarpe sono un mix», spiega Cicali, «dipende dalle esigenze dei produttori junior e femminili. E' un target "intelligente" di Saucony e ragazzi hanno un senso dello sport e sportività - conclude Cicali - perché vogliono indossare scarpe comode e confortevoli, come quelle da fiducia».



dal mondo dello sport. L'anno scorso i modelli sportivi della Saucony Originals, marchio del gruppo Wolverine, hanno conquistato il 20% del mercato italiano.



Giorgio di Tagliatore. Giacca blu e bianca in cotone e seta, con colletto e cintura. Tagliatore.



Basket Venezia schianta Trento, la finale ora è 1-1

Foto: MarQuise Haynes (Venezia)
DI SCHIAVE, ORIANI PAGINE 28-29

La Gazzetta dello Sport

Tutto il rosa della vita

BUFFON

Orgoglio da numero 1
«Juve, io non smetto
se vinco la Champions»

DELLA VALLE A PAGINA 8



INSIGNE

Magie da numero 10
C'è l'idea del Napoli:
la maglia di Maradona

MALFATI A PAGINA 11

MERCATO: MILAN SCATENATO

BOMBER SU BOMBER



Il nuovo
acquisto
del Milan
André Silva,
21 anni.
In alto: Nikola
Kalinic. A destra:
Giovanni Simeone

Dopo André Silva, è caccia
a un altro attaccante:
più facile **Kalinic** (che può
arrivare per 30 milioni)
di Belotti e Aubameyang.
Occhio a Borja Valero
Passi avanti per Conti

SUMMIT A MONTECARLO, IPOTESI REINA
MELINA DONNARUMMA
PERO' I ROSSONERI
VOGLIONO SUBITO IL SI'

BIANCHINI, SANDORIO, LAUDISI PAG. 2-3



E L'INTER
CHE FA?

6
Vertice col Psg
per valutare
Lucas Moura
(e Perisic)

BREGA A PAGINA 6

7
IL REPORTAGE

Spalletti nella sua tenuta in Toscana
A casa Spalletti
in viaggio fra
trattori e amici
«Carico a molla»

CALAMAI
A PAGINA 7

G+ STORIE E PERSONAGGI
DA NON PERDERE

1 Tra Verratti e Barça
è fumata nera (per ora)
Ranieri riparte da Nantes

GRANDESSO A PAGINA 8

2 La svolta della Pellegrini
«Vivo da sola e in vacanza
vado con mamma e papà»

ARCOBELLI A PAGINA 21

3 Calcio, basket, pallavolo
Sulle panchine tedesche
vince la scuola italiana

ROMANI A PAGINA 25



**MATTARELLA: «LO SPORT
CI RENDE UN POPOLO»**

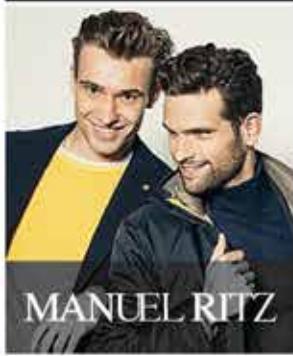
CATAPANO, PICCIONI A PAGINA 33

IL ROMPITALLINE
di Gene Gnocchi

13
IL COMMENTO
di Arrigo Sacchi

**BRAVA L'UNDER 20
MA SIAMO INDIETRO**

L'impresa degli azzurrini,
terzi al Mondiale Under 20,
per la prima volta sul podio
e per di più giocando un
calcio positivo e creativo.
che farci riflettere. Questa
è stata una grandissima
esperienza formativa
che li renderà migliori.



MANUEL RITZ



Sneakers

Sotto i jeans o anche sotto l'abito, ecco l'elemento principe del guardaroba dell'uomo moderno, che non può rinunciarvi mai

Boom, Pitti Blooms



DIADORA MODELLO iconic tennis in pelle bicolore, blu notte con logo rosa



Lotto LEGGENDA SNEAKER in pelle, indossata nel 1982, dal tennista José Luis Clerc



Laci SNEAKER con tomaia in denim stampato, suede, i "classici" lacci e le stelle



WATSON & PARKER SCARPA con tomaia in crosta stampata, effetto intrecciato



SUPERA SCARPA con tomaia in lino mélange e suola in gomma



CLARKS ORIGINALS SCARPA in pelle con suola super confortevole a contrasto

IL RITORNO DEI MODELLI STORICI

New Balance rilancia la mitica 990 da running, mentre Diadora con la B. Elite e Lotto con la Leggenda di Clerc omaggiano il tennis. Suole e tomaie sono sempre più elaborate, come per Clarks e Karhu

di Irene Traina

È una celebrazione dei modelli iconici e leggendari del passato la tendenza per le sneakers che indosseremo nella prossima primavera estate. Un richiamo a quei decenni, tra gli anni '70 e '90, in cui le scarpe da ginnastica venivano associate ad uno sport dando vita a quei modelli chiave che da allora, pur venendo reinterpretati e modificati nel tempo, non sono mai stati dimenticati.

TENDENZE New Balance, per esempio, rilancia uno dei suoi best seller Made in Usa più iconici di sempre, la 990, nata nel primi anni '80 e diventata un punto di riferimento per il running mondiale. Diadora, per i suoi 70 anni, celebra lo sport che più li rappresenta, il tennis, presentando il modello iconico in pelle di allora, la B. Elite Ita Premium. La classica e intramontabile Superga viene proposta in lino e anche la Lotto Leggenda è un modello tennis in nappa con dettagli colorati del 1982 che venne indossato da José Luis Clerc, atleta sponsorizzato Lotto, Pony, che è stato il brand protagonista delle vicende sportive di grandi campioni Nba fin dagli anni '70, celebra un modello basket in pelle nei colori dell'epoca, nero blu e azzurro. Un'altra forte tendenza delle future sneakers è nell'elaborazione sempre più articolata di suole e tomaie. Clarks presenta nelle sue innovative Trigenic Evo una suola separata da 3 pezzi, le Karhu sono dotate di un sistema dell'intersuola che trasferisce energia dopo la battuta con il terreno, e Lumberjack utilizza per la prima volta suole Vibram. La tomaia di Laci è in denim, quella di Watson & Parker in crosta stampata mentre Mizuno 1906 e Guardiani Sport presentano una versione 3D trafilata e una con strap.



L'agenda

Tutti gli appuntamenti della 4 giorni fiorentina

CHRISTIAN LOUBOUTIN
OGGI DALLE 9 ALLE 20
Piazza Santa Maria Novella
Christian Louboutin, incontro con l'autorevole stilista francese, inverno sportivo con 10 scarpe compilate da giocatori provenienti dai 4 angoli del globo. Ogni ospite di Pitti Uomo sarà inviato a partecipare a una serie di master class.

PT PANTALONI TORINO
OGGI ALLE 14.30
Padiglione Centrale, Piazzale Attico, Stand A10/B11
Fabrizio Giupparo, figlio di Giorgetto, presenta la collezione Kult.

Z ZEGNA
OGGI ALLE 17
Teatro Lorenese, Fortezza da Basso
Cocktail e presentazione della Z Zegna Spring/Summer '18 con Giovanni Sestini. Domani, presentazione della divisa ufficiale della nazionale italiana di vela per Tokyo 2020 con Flavia Tartaglia e Marco Camboni.

DIESEL
OGGI DALLE 18.30 ALLE 22
Società Canottieri Firenze, Lungarno Anna Maria Luisa de' Medici, 8
Diesel celebra la fine del tour mondiale della campagna e Makavelovewalla nella suggestiva location della Canottieri Firenze.

HUGO BOSS
OGGI ALLE 21
Manifattura Tabacchi, Via delle Casine 5
Hugo Boss presenta la nuova collezione primaveratate 2018 dell'omonimo brand Hugo in una speciale sfida.

MARKUP
DOMANI ALLE 11
Padiglione Costruzioni Lorenesi
Diputi Federica Vangi e Alessandro Marti.

ATPCO
DOMANI ALLE 20
La Loggia, Piazzale Michelangelo 1
Party con Bob Sinclair. Su invito.



Via all'Europeo Under 21 L'Italia dei big può vincerlo

Nella Foto: il c.s. Luigi Di Biagio
D'ANGELO ALLE PAGINE 16-17

La Gazzetta dello Sport

Tutto il rosa della vita



ROTTURA GIGIO E ADESSO?

SI MUOVONO JUVE, REAL E PSG
E IL MILAN PUNTA SU NETO

Raiola comunica al club rossonero che il portiere non rinnoverà e vede Marotta Ma a Madrid e a Parigi lo vogliono subito

GOZZINI, LAURIA, LONGO, MANGI, PASSTO ALLA PAGINA 2-3-5

L'ANALISI di Umberto Zapelloni

GLI ERRORI DI TUTTI

E' stato Raiola a portare via Donnarumma dal Milan o è stato il Milan a perdere Donnarumma? È la domanda delle cento pilastri...
L'ANALISI A PAGINA 7

I TIFOSI
LA RABBIA CORRE SUL WEB PER IL BACIO DELLA MAGLIA

PRO
PERCHE' HA FATTO BENE

MASALA A PAGINA 7

CONTRO
PERCHE' HA SBAGLIATO

SORIANI A PAGINA 7

Donnarumma non rinnova, tifosi milanisti indecisi: «Le maglie rossonere che ha lasciato vanno nell'umido o nel secco?».

IL ROMPIPALLOONE di Gene Gnocchi

Foto: Twitter Sport - In AFP - 111.353/2017 anno L 40/2004 art. L 61 DCR Milano

G+ STORIE E PERSONAGGI DA NON PERDERE

1  **Erika** non ce l'ha fatta. Negli incidenti di Torino fu schiacciata dalla folla
TURCO A PAGINA 10

2  **Beletti** sposo a Palermo. Clima da «Gattopardo» e Immobile tra gli invitati
IPRISO A PAGINA 16

3  **F.1: attenta Red Bull** **Verstappen** scalpitava. «Il 2018 mi preoccupa»
PERRA A PAGINA 27

INTER: MATUIDI E TETE NEL MENU

Incontro per il francese del Psg e il jolly dell'Ajax. Nerazzurri sempre su Rüdiger e Borja Valero
Blaise Matuidi, 30 anni
TAIDELLI A PAGINA 18



idealista

chi cerca bene,
trova



Moda

Terzo giorno di sfilate alla Fortezza da Basso di Firenze:
scopriamo come vestirà l'uomo nella prossima primavera/estate



Boom, Pitti Blooms



INVICTA IMPERMEABILE
In nylon bicolore, sfoderata
richiudibile, con stoffa gommata



ALLEGRI BOMBER
lungo in tessuto tecnico
con tasche e bottoni



BLAUER FIELD JACKET
in fibra naturale, stile vintage
con tasche e bottoni

Lo sport conquista la città A Pitti sfila l'uomo 2018

● Waterproof e super leggero, che sia trench, bomber o giubbino
l'importante è che sia tecnico. Così l'active wear contamina l'urban style

Serena Gentile
INVITATO A FIRENZE

Più che una contaminazione, è una marcia sulla città. Il jacket waterproof, traspirante, stretch e magari anche packable conquista nuove linee e la città. Che sia trench, bomber o mini jacket, piace all'uomo contemporaneo che va in bici, in moto, in metro e non può farsi sorprendere dal freddo o dalla pioggia. Ed è punto e basta bene su tutto anche sull'abito, lo sfumato, lo ringiovanisce se serve. Il trench militare di Invicta, leggerissimo, si porta nello zaino e all'occorrenza si mette su, senza perdere un centimetro di classe. La giacca termosaldata e expert light di Armati di Mare, idem. Ma tutta la tecnologia della nautica, dal tessuto all'ultima zip, ma una linea elegante che la rende perfettamente cittadina del mondo. E così per Notò, il capo iconico di Slam. La cerauta in versione urban è un giubbino sfoderato high tech in tessuto 3 layers stretch, internamente nastroato, con cappuccio: è traspirante e waterproof con una colonna d'acqua di 10000 mm. Non passa un filo di vento, né una goccia d'acqua. È nato per la via, ma sa adattarsi ai climi e alle latitudini di chi viaggia: piazzandoci dentro il Blow jacket imbottito, diventa perfetto pure per la montagna.

DAI MONTI La neve è la casa di Rossignol, che non perde colpi neanche in primavera con una collezione che rispetta i colori (rosso, bianco e blu) e il gusto dell'azienda francese, che que-



Presence da tutto il mondo al Pitti, e tante dal Giappone: il Sol Levante ama da sempre il Made in Italy ma le aziende di moda orientali stanno anche conquistando gli stand, quest'anno sono ben 20

stanno fa 110 anni (e celebra i 111 della prossima estate con la prima sneaker della sua storia, una rosa e una blu), iniziando dal galletto, ma si alleggerisce non poco per rispondere alle esigenze della bella stagione. Tute e felpe sfoderate, morbide e leggere, con ricami e stampa vintage, il gilet trapuntato da bike, e l'aventuroso superleggero con le zip nastrate e il cappuccio, diversamente oltreché bello e utile. Ha un sapore heritage, origini montuose ma sfogato in cielo da fine aprile, il più umido superlight Dolomiti.

Alla Città E' il mondo dello sportwear che invade il lifestyle e viceversa, perché anche i ca-

pispalla di Allegri, che mentre hanno a che vedere con lo sport o l'activewear, abbinano sempre più le linee sobrie ed eleganti a materiali tecnici come il nylon bi-stretch con trattamento WR, o il cotone chambrey di nuova costruzione o la lana superfine accoppiata a una membrana tecnica impermeabile e traspirante. Perché lo streetwear è sempre più tecnologico, e Allegri è decisamente tecniche-gance. Partendo dal bomber lungo, leggerissimo e modernissimo per finire al trench termosaldato, senza una cucitura, realizzato in tessuto con film di poliuretano. E se elegante e perfettamente impermeabile,

di Alessandro Sestini

I DISEGNI DI RIFLE



Torna il jeans Rifle e con i disegni di Fabrizio Sciavi ricorda lo spirito della Londra degli anni 70.



DOLomite PIUMINO
della linea Sporty Heritage
ultralight in minipuffo



Rossignol ANTIVENTO
superleggero con zip nastri
e cappuccio



SLAM CERATA Notò in versione
urban sfoderata high tech in
tessuto stretch, nastro



ARMATA DI MARE GIACCA
termosaldato, con la tecnologia
della nautica e linee eleganti

LE SNEAKERS

Torna la tennis dei mitici e sgomma quella di plastica

● Da Newcombe a Lendl, passando per
gli Slam di Borg: gli omaggi di Lotto,
Diadora e Superga. Tra colori e novità

Nostalgia canaglia. Continuando la serie dei grandi ritorni, Lotto, Diadora e Superga tirano fuori dalla cassapanca tre icone che hanno fatto la storia del tennis. E' uno sguardo al passato puntando al futuro. Spolverate e rivisitate nei materiali, sfilano a Pitti '92 per la collezione P/E 2018 la mitica Lotto Leggenda di John Newcombe, l'australiano che con quelle ai piedi, è stato numero 1 al mondo sia nel singolare che nel doppio, vincendo 26 titoli del grande Slam e la Signum 58'18 di un altro grande, l'argentino José Luis Clerc, mentre Superga, che un anno fa ha rilanciato la scarpa di Panatta, tira fuori un altro capolavoro di successo, la Superga di Ivan

Lendl, E Diadora fa 70 anni eli festeggia con Björn Borg, Chiudia l'album dei ricordi l'atlasport di Mazzola e l'Inferno di Herrera. Dall'altra parte della Fortezza comanda la moda e prendono piede (è il caso di dirlo) le AirOp trasparenti, profumate e colorate completamente in pvc di Alessandro Del Piero e soci, con valvola sul tacco per l'aerazione e calzine cambia look. La gomma colorata (anche fluo) contiene pure le Mizuno di prossima generazione. E mentre Paciotti insiste con le borchie e la zip, e L4K ecce le corde del marinino, la Trigonic di Clarks Original, amatissima, diventa un sandalo senza perdere l'anima ma crescendo se si può in comfort.

s.g.



LOTTO LEGGENDA TENNIS
rinascita di un modello iconico
di John Newcombe



PACIOTTI WIRED SHOES
stringate in leggero camoscio
dell'importante suola in gomma



L4K TORPEDO con calza in
lycra e suola iperleggera
e corde prestate dalla nautica



**COLMAR ORIGINALS
SNEAKER Feyder linea Research**
edizione limitata numerata



MIZUNO SNEAKER
ultra leggera con dettaglio
in gomma fluo



**CLARK'S ORIGINALS
SANDALO** che nasce dalla
sneaker Trigonic



DIADORA TENNIS modello
iconico di Björn Borg che compie
70 anni



MOA SLIP ON Abert senza lacci
ma chiusa con un elastico
colorato



ATALASPORT SNEAKER
colorata in pelle che ricorda
quella di Mazzola dell'Inter



SUPERGA TENNIS omaggio
alla scarpa usata negli anni 80
da Ivan Lendl



AIROP BY ISHU SNEAKER
in gomma pvc trasparente con
calzino e valvola per l'aerazione



PAUL SMITH SNEAKER
in pelle e suede con cuciture
multicolor

PAMBIANCO MAGAZINE

NUMERI, FATTI E PROTAGONISTI DELLA MODA E DEL LUSSO

RETAIL TRA DUE MONDI
Nuove frontiere off e online

MODA MASCHILE AL RALLENTY
Analisi sui fatturati 2016

J.W. ANDERSON SI RACCONTA
Intervista allo stilista senza fronzoli

ANNO XIII - N° 8 13 giugno 2017 - 5 EURO

Posto italiano - In caso di mancato recapito inviare al CMA di Roseno per la restituzione al mittente prezzo pagamento resi

IN SCENA A PITTI
UOMO DI MARE

ISSN 2421-7174



Available on the iPhone
 App Store

Google Play

COVER BY JAMIE PERRY

70s Fever

Woolrich guarda agli anni 70 per la collezione P/E 2018. La giacca realizzata in collaborazione con Gore-Tex sarà tra i capi cult esposti durante Pitti Uomo 92. Il capo di media lunghetta si caratterizza per le tre tasche applicate, il cappuccio, la tasca a filetto sul petto, zip waterproof e nastrature termosaldate interne.



Life is Uncertain..... Think Pepper first!

[FOOD&STYLE](#)[LIFESTYLE](#)[WEDDING](#)[REAL PEPPER](#)[LE NOSTRE RUBRICHE](#)[REDAZIONE](#)

[Home](#) > [LifeStyle](#) > [Fashion](#) > Pepper Diva Magazine at WhiteShow – June 2017

PEPPER DIVA MAGAZINE AT WHITESHOW – JUNE 2017

FASHION, LIFESTYLE , ORNELLA D'ANGELO , SILVIA BONECCHI 26 GIUGNO 2017 BY ORNELLA D'ANGELO

Siamo andate per voi all'ultima edizione di **White Show** e precisamente **White Man&Woman** tenutasi a Milano dal 17 al 19 giugno 2017, per andare a curiosare per voi alcune novità. Devo dire sempre molto affascinante immergersi, anche solo per qualche ora, nell'incredibile e coloratissimo mondo della moda, sempre stimolante, e sempre punto di riferimento per qualunque creativo che operi anche in altri settori.

Moltissimi gli espositori con proposte artigianali di altissimo livello, sia italiani che esteri con una parte dell'esposizione interamente dedicata ai designer coreani.

Ancora riferimenti agli anni '70 e '80, e bellissimi ricami floreali. Inserti in tulle in molte collezioni, ma un tulle che diventa quasi aggressivo e ci racconta una donna che dichiara la propria femminilità ma con forte personalità.

Molto ricercati gli accessori, che in certi casi, più che completare gli outfit ne divengono i protagonisti indiscussi, a partire dalle mini socks decorate con strass alle scarpe ed alle borse, sempre fra gli accessori più amati da tutti i fashionisti. Simpatiche le "salvascarpe" firmate **Mouillère**, coloratissime galoshes moderne per uomo e per donna per le giornate di pioggia od una improvvisa camminata nel prato, che possono diventare anche un divertente e coloratissimo accessorio per le nostre scarpe che ci risolleva l'umore in una giornata di pioggia e le super-femminili sneakers di **L4K3**, da allacciare con un nastro alla caviglia.

Vi lasciamo con una nostra personale galleria, dove abbiamo catturato tutto quello che ci è piaciuto!



**WHAT YOU SHOULDN'T
MISS AT PITTI UOMO
NEXT WEEK**

by Maria Cristina Pavarini
June 06, 2017

SHARE THIS

**Sneakers, the real must-have**

The show continues to present a wide selection of sportswear brands. Most evident is the phenomenon of sneakers, real passe-partout and must-haves in various styles.

Barleycorn continues its course focusing on new hybrid shoe models that explore styles that are in-between a sneaker and a classic men's shoe. For this edition they will launch Air Grecale, a new clean and cool mould.

Alfvt opts for geometric embellished uppers, while Bally launches '70s-80s retro sneaker models. New Balance bets on Made-in-the-US sneakers in grey hue variants.

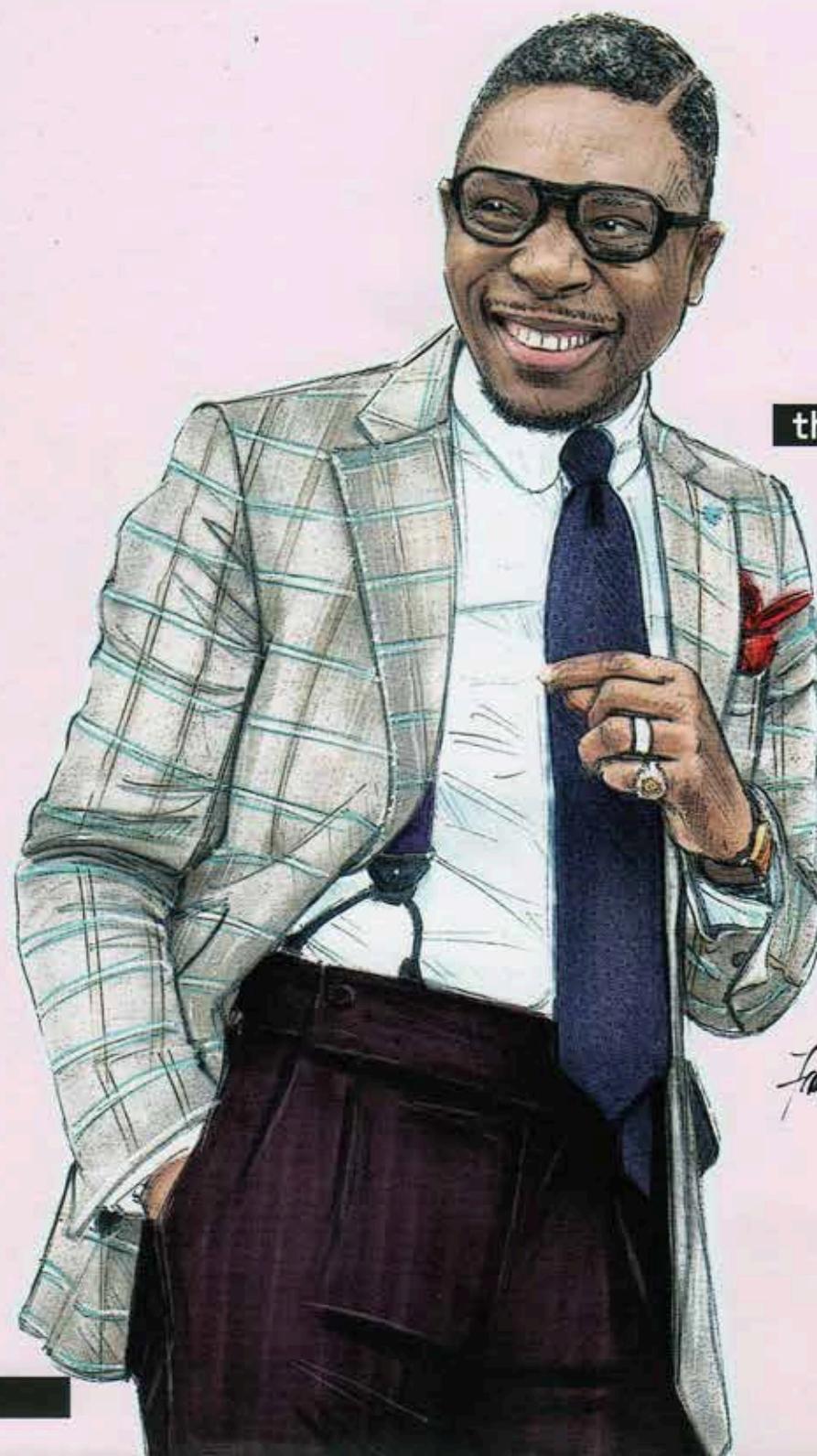
High-rubber soles are super-hot for OXS' newest Frank boot, newly redesigned by their new creative director Valentina Curzi. Also highly creative are Testoni and Rocco P, opting for high-sole sneakers. Many brands are revamping the sailing inspired style as presented by Lumberjack and L4K3. Very future-inspired are AIRDP's fluo lucid rubber shoes and Mizuno's sneakers with graphic uppers.

Rossignol, after launching their own footwear line in f/w 2017/2018, are enlarging their product offer and including a wider selection of sneakers for s/s 2018.



PLAYERS

fashion style contemporary art design travel lifestyle



coverstory

Defustel

fashionstory

TAGLIATORE

MONTBLANC

tendenze

the glocal gentleman

contemporaryart

Francesco Bosso

in sartoria

Caraceni - Roma

beauty

la barba è servita

Francesco Bosso

euro 5,00

09

I T T I Q



L.B.M.1911

ODE AL BIANCO

Per la P/E 2018 L.B.M.1911 presenta una collezione di ricerca: Un tributo al bianco, colore passepartout per la stagione estiva, anche in abbinamento al blu e al rosso per creare contrasti o insieme a toni naturali per un look tono su tono, il bianco è presente anche in purezza, impreziosito dal movimento dei filati in texture preziose ed esclusive.



FRADI



MANUEL RITZ



L4K3



PALTO'



SCAGLIONE



ESEMPLARE



HAMAKI-HO

T H E P L A Y E R S
P L A Y



CANALI



L 4 K 3



STONE ISLAND



MORESCHI



HYDROGEN



DIKTAT



LA PERLA

VOGUE Accessory

GIU.
2017
N. 24
€ 3,50



enjoy!

ISSN 2039-5698 70024
9 772039569001
IN EDICOLA DAL 02.06.17



Callaghan

In contrast with the colorful yuppie style, grunge was scrappier, transforming tennis shoes and t-shirts with holes into the new daily uniform. Generation Y, 2017. The suburbs have been left behind as has slovenliness. Indifference has become nonchalance and disinterest a strategic style oversight. The result is a mash-up of prints, materials and volumes to be mixed and matched haphazardly. The accessories dictate the rhythm: futuristic sneakers as decorative as murals; mirrored sunglasses even without frames; slip-ons or sabots already laced up. Ready for take off!

Guess 1981



Bulgari



Save My Bag



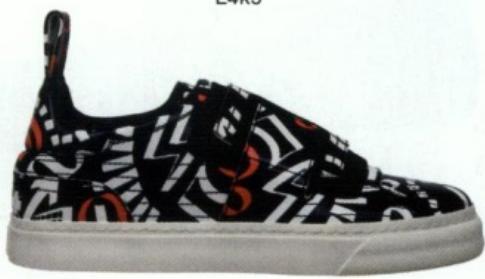
MSGM



Dior



L4k3



Paco Rabanne



So-Ya



Anna Virgili
hotSPOT

jun 2017 the latest find
aug

shiny DISCO

Ripescare gli anni Ottanta. Per ritrovare quella luce metallica che invadeva le notti in disco con i riflessi delle tute alla Donna Summer e dei bomber stile Bee Gees. Un flashback stroboscopico che riporta le superfici cromate e laminate dei metalli, dall'oro al platino, dal bronzo all'argento, in prima linea. Con un bagliore in più: quello del colore. Compatto, iridescente o sfumato. Ma sempre dall'effetto specchiato. M.C.

Going back to the 1980s. To find that metallic light that sparkled through the disco nights with reflections from Donna Summer's pantsuits and the Bee Gees bomber jackets. A strobe-light flashback that brings back the chrome-like, lamé surfaces of metals, showcasing gold, platinum, bronze and silver. With an extra sparkle brought on by color. Solid, iridescent or toned down. But always with a mirrored effect.

Loriblu



Marco Ferretti



Roccobarocco



BioNike Defence Color 3D Mascara.
In farmacia



Visone



Cédric Charlier



Cafè Noir
hot SPOT

Isabel Marant



L4K3



Il make-up
dell'estate vede in
prima linea
ombretti e rossetti
metallizzati

Christian Louboutin



if it
pleas
e god
it's goin
g to hap
pen