



ПОСЕТИТЕЛИ PITTÌ UOMO 86
(июнь 2014)

PITTÌ UOMO ПРИВЛЕКАЕТ с каждым годом все больше закупщиков как из Италии, так и из стран СНГ и Юго-Восточной Азии

В 1965 году синьор Джорджини отошел от дел, но центр продолжал развивать фонд Pitti Immagine, хотя рынок готовой одежды стал оттягивать внимание от Флоренции и смещать интерес байеров в сторону Милана, находящегося в более выгодном финансовом и деловом положении. Тогда флорентийские организаторы разыграли главный козырь. В 1972 году в отеле «Вилла Медичи» прошла первая выставка Pitti Uomo, на тот момент представлявшая итальянским байерам дизайнеров, которые занимались мужским костюмом. Четыре сезона спустя, перебравшись в Палаццо Строцци, Pitti Uomo стала привлекать и европейских, и американских байеров. И дело было не только в грамотном подборе дизайнеров и блестяще продуманных стендах для экспонирования. Среди главных достоинств выставки всегда числилось умение организаторов представить в новом свете старых экспонентов, найти новые бренды, интересные для разных рынков, а также придумать блестящую параллельную программу.

Успех Pitti Uomo, с каждым годом привлекающей все больше байеров как из Италии, так и из стран СНГ и Юго-Восточной Азии, рождается из множества слагаемых. Фортецца да Бассо, крепость XVI века, находящаяся недалеко от собора Санта-Мария Новелла, кажется, создана не столько для защиты от врага, сколько для плодотворных кулуарных бесед: японские байеры встречаются с итальянскими ремесленниками, норвежские дизайнеры «выходят» на парижский универмаг Printemps — выставка, изначально ориентированная на профессионалов, предоставляет комфортные условия для переговоров, не заставляя участников тратить энергию на представительских фуршетах. Например, на Pitti Uomo 86 график был настолько насыщенный, что Ник Вустер, бывший начальник мужского направления в Bergdorf Goodman, пару лет назад ставший еще и дизайнером одежды, представлял свою капсульную коллекцию для Lardini в 8:30 утра. Так что многим журналистам приходилось пристыженно подбираться к легенде улич-

ного стиля на стенде еще и в течение всего дня, чтобы посмотреть коллекцию и выказать свое уважение.

Другая важная флорентийская достопримечательность Сады Боболи не раз использовались организаторами Pitti Uomo и для специальных мероприятий, которых часто бывает по нескольку в день. Там, к примеру, проходила презентация коллекции «весна-лето 2010» японского дизайнера Дзюна Такахаси из Undercover; на Pitti Uomo 68 в 2005 году сады стали площадкой для масштабной ретроспективной выставки Рафа Симонса «1995–2005», отметившей несколько стадий развития его творческого гения. Блуждая между кипарисами и статуями, копирующими римские, гости знакомились с его прошлыми работами, а у фонтана Нептуна позднее стали свидетелями презентации коллекции «весна-лето 2006».

Но мир Pitti возвращается не только вокруг старого форта и садов: особые презентации отдельно выносятся на первую железнодоро-



ЗА КУЛИСАМИ ПРЕЗЕНТАЦИИ Z ZEGNA
(Pittì Uomo 86, июнь 2014)

рожную станцию Флоренции — Стациона Леопольда, превращенную в площадку для проведения масштабных мероприятий. Гигантский ангар преобразуется от раза к разу: то он сотрясается от ремикса Prodigy, сопровождающего показ коллекции «весна-лето 2014» Diesel Black Gold, то трансформируется в тренировочный зал для гимнастов, представляющих коллекцию «весна-лето 2015» Z Zegna.

В рамках последней выставки, отмечавшей 60-летие Флоренции как центра итальянской моды, параллельная программа захватила весь город. В форте Бельведер, до того отмечавшемся в светской хронике как место бракосочетания Канье Уэста и Ким Кардашьян, друг Канье дизайнер Эрмано Шервино показал внесезонную коллекцию «Белый Ренессанс»; в частных музеях-виллах художник Франческо Веццолли, сотрудничавший с Prada, представил свои толкования шедевров Возрождения, а в кинотеатре «Одеон» целую ночь показывали фильмы о становлении итальянской моды, и весь город, взбудораженный размахом события, жил одной лишь выставкой.

Сухо оформленный пресс-релиз сообщает, что на Pitti Uomo 86 на 8% увеличилась доля итальянских байеров, а в целом количество байеров выросло на 5% (теперь их почти 19 тыс., всего же выставку за четыре дня посетило более 30 тыс. человек). Впервые, отдавая дань уважения индустрии, невероятно важной для итальянской экономики, на открытии выступил премьер-министр Италии Маттео Ренци — он подчеркнул, что Pitti Uomo является событием, крайне важным для благосостояния и репутации страны (и пошутил, что у Стефано Риччи, нынешнего директора Центра итальянской моды, борода как у Карла Маркса, что, слава богу, никак не влияет на бизнес). Поддержка политического лидера, ныне выступающего в качестве президента Евросоюза, многое значит для модной индустрии — и определенно приведет к позитивному росту в следующем сезоне. Организаторам Pitti Uomo удастся гармонично работать и с американским, и с европейским, и с азиатским рынками. При этом они сохраняют способность приглашать на выставку тех дизайнеров и те марки, которые через несколько сезонов станут настоящими звездами модного мира.

И пусть центром итальянской моды для массового потребителя последние лет двадцать остается Милан. Флоренция вместе с ее выставкой Pitti Uomo, проходящей дважды в год, в январе и июне, не перестает быть главным центром притяжения главных игроков модного мира, которых внешне так трудно отличить от моделей из рекламной кампании какой-нибудь именитой марки классического костюма.



ПОКАЗ JIL SANDER
(Pittì Uomo 78, июнь 2010)

