

I marchi di Parma incontrano le “Generazioni” di Pitti Uomo 89

Pitti Generation(s) è il tema-guida della 89-esima edizione della più importante fiera internazionale di moda maschile, che è stata ospitata – come da tradizione – nella Fortezza da Basso in Firenze dal 12 al 15 Gennaio 2016. L'età è sempre più uno stato mentale: le diverse generazioni interpretano la moda contemporanea in modo originale, puntando ad esprimere il proprio animo a prescindere dall'anagrafe. Tanto che i giovani possono essere nostalgici e gli uomini maturi sperimentare gli stili di avanguardia, ed il genere maschile confondersi con quello femminile.

La moda che nasce a Parma, presente al [Pitti Uomo 89](#) con 12 *brand* e con la forza aggregante del [Consorzio Parma Couture](#) e del [Gruppo Imprese Artigiane](#), si adegua volentieri al nuovo corso incontrando il favore di tanti compratori internazionali. L'alta qualità unita alla raffinatezza ed al gusto che rendono distintive le collezioni di Parma non viene scalfita, piuttosto trova nuove modalità di espressione congeniali allo spirito del tempo presente.

Tra i marchi di Parma, spiccano quelli delle imprese associate al Consorzio ed al GIA. **Gianfranco Bommezzadri** associa alla linea classica di capispalla – ribattezzata “Paideia” a significare la necessità di educare alla bellezza ed alla cultura sartoriale un consumatore spesso distratto da ripieghi a basso prezzo che non ne valorizzano la personalità – una collezione moderna che però guarda al passato, giovane ma rivolta a chi giovane è nell'anima, colta nei riferimenti ad un'eleganza otto-novecentesca – a partire dal nome, “Ernesto”, che scomoda Oscar Wilde – e, nel contempo, esotica nei colori ed ardita negli accostamenti.

[Equipage](#) è, ancora una volta, accostato ai grandi marchi italiani di pantaloni: la distintività delle produzioni di Casola di Terenzo è quest'anno rafforzata dal sito Internet nuovo di zecca, biglietto da visita di un'azienda radicata nel proprio territorio. [Belts+](#) di Stefano Piazza, [Fabrizio Lesi](#) e [Anderson's](#) comunicano ai *buyer* la pregiata arte pellettiera che a Parma ha trovato terreno fertile e vissuto un importante sviluppo.

A conclusione della fiera, le presenze in crescita hanno superato il numero di 36.000, con la significativa partecipazione di compratori provenienti dagli Stati Uniti, dal Giappone e Far East, dagli Emirati Arabi oltre che dai mercati europei. Una manifestazione, dunque, sempre più aperta al mondo. Proprio come si apre al mondo il Principe di Soragna – con il volto di Giancarlo Giannini, protagonista del secondo corto promozionale di [Caruso](#) comodamente fruibile in un mini-cinematografo allestito nel Padiglione centrale della Fortezza, accanto a verosimili spettatori-fantoccio – che reca con sé, in viaggio per Milano capitale mondiale della moda, lo stile inimitabile dell'alta sartoria italiana.

Riferimenti:

www.parmacouture.it

www.gia.pr.it