



PRESS REVIEW

GENNAIO - DICEMBRE

2022

GUTAR
COMMUNICATION AGENCY

TOTAL NUMBERS

CLIPPINGS

235

VALUE

1.981.000

NUMBERS PITTI

Gennaio - Giugno 2022

CLIPPINGS

122

VALUE

1.177.000

SOCIAL PLACEMENTS PITTI

FOLLOWER
2.013.931

TALENT
26

E.R.*
+64 %

CONTENTS
47

REACH
5.474.064

NUMBERS MAN

Gennaio - Dicembre 2022

CLIPPINGS

73

VALUE

470 K

SOCIAL PLACEMENTS MAN

FOLLOWER
5.045.903

TALENT
18

E.R.*
+35 %

CONTENTS
23

REACH
6.181.613

NUMBERS WOMAN

Gennaio - Dicembre 2022

CLIPPINGS

41

VALUE

334 K

SOCIAL PLACEMENTS WOMAN

FOLLOWER
6.934.769

TALENT
35

E.R.*
+96 %

CONTENTS
78

REACH
12.686.069

19 Dicembre 2022

Festivity coolness: i look delle Feste



look TMB Running

IL GIORNALE D'ITALIA

Il Quotidiano Indipendente

14 Dicembre 2022

Tombolini, nuova apertura a Doha in occasione dei mondiali di calcio in Qatar



Moda e calcio fanno squadra ancora una volta con Tombolini che ha accompagnato, idealmente, i mondiali di calcio in Qatar con l'opening della sua nuova boutique a Doha.

Tombolini, una nuova apertura a Doha

Non è un caso che la label marchigiana abbia scelto questo importante momento sportivo per inaugurare il suo punto vendita all'interno di un territorio, quello del Medio Oriente, interessato dalla sua strategia di espansione territoriale.

Del resto Tombolini condivide con il mondo dello sport e del calcio in particolare quei valori fondamentali di rispetto, rigore e profonda motivazione etica che nel tempo l'hanno portato a intrecciare il suo stile con quello di atleti e di sportivi delle più svariate discipline.

Tombolini, sartorialità e comfort al centro

Un dialogo in continua evoluzione che si è tradotto nella creazione di un tailoring identitario capace di unire sartorialità e comfort, eleganza e approccio sportivo in una sintesi stilistica dalla vestibilità perfetta e dall'estetica identitaria. Come quello ravvisabile nelle collezioni di formalwear Tombolini Zero Gravity e di casual in chiave sporty di TMB Running che sono protagoniste anche nel nuovo spazio di Doha, situato all'interno del prestigioso Mall of Qatar, Al Jhhaniya Interchange street 373, Doha. 150 mq di un concept contemporaneo e innovativo in cui essenzialità ed eleganza sono amplificate dall'uso di marmo e dettagli di ottone, sia nei punti luce che negli arredi.

11 Dicembre 2022

Tombolini apre lo store a Doha in occasione dei Mondiali di calcio

Il brand di Urbisaglia (Macerata) ha scelto l'evento sportivo per inaugurare il punto vendita in un territorio, quello del Medio Oriente, interessato dalla sua strategia di espansione territoriale



Il nuovo store Tombolini a Doha in Qatar

Tombolini fa del Made in Italy il suo punto di forza e si è distinta negli anni per la forte espansione all'estero. La produzione, secondo quanto riferisce l'azienda marchigiana, è destinata per il 70% al mercato europeo, di cui il 45% all'Italia e, per il resto, ai mercati del Medio Oriente, Nord America, Sud America e Australia.

Le collezioni maschili, core business del marchio, da quelle formalwear Tombolini Zero Gravity fino alle proposte più sportive e casual Tmb Running, sono protagoniste nello store nella capitale dell'emirato arabo, ubicato all'interno del Mall of Qatar. Il locale si estende su una superficie di 150 mq in un nuovo concept contemporaneo e innovativo, caratterizzato da essenzialità delle linee e dall'uso abbondante di marmo e dettagli in ottone. La stessa estetica è stata pensata anche per la nuova boutique di **Almaty**, in **Kazakhstan**, che sorge su 100 mq tra gli spazi dell'Esentai Mall.

Moda e calcio fanno squadra con **Tombolini** che accompagna i mondiali di calcio in Qatar con l'opening della sua nuova boutique a **Doha**. Il brand di **Urbisaglia** (Macerata) ha scelto l'evento sportivo per inaugurare il punto vendita in un territorio, quello del Medio Oriente, interessato dalla sua strategia di espansione territoriale.

09 Dicembre 2022

Qatar 2022, Tombolini va in gol: nuova boutique a Doha, taglio del nastro durante i Mondiali

Moda e calcio fanno squadra ancora una volta con Tombolini che ha accompagnato, idealmente, i mondiali di calcio in Qatar con l'opening della sua **nuova boutique a Doha**. Non è un caso che la label marchigiana abbia scelto questo importante momento sportivo per inaugurare il suo punto vendita all'interno di un territorio, quello del Medio Oriente, interessato dalla sua strategia di espansione territoriale.

Del resto Tombolini condivide con il mondo dello sport e del calcio in particolare quei valori fondamentali di rispetto, rigore e profonda motivazione etica che nel tempo l'hanno portato a **intrecciare il suo stile con quello di atleti e di sportivi delle più svariate discipline**.

Un dialogo in continua evoluzione che si è tradotto nella creazione di un tailoring identitario capace di unire sartorialità e comfort, eleganza e approccio sportivo in una sintesi stilistica dalla vestibilità perfetta e dall'estetica identitaria.

Come quello ravvisabile nelle collezioni di formalwear **Tombolini Zero Gravity** e di casual in chiave sporty di **Tmb Running** che sono protagoniste anche nel nuovo spazio di Doha, situato all'interno del prestigioso Mall of Qatar, Al Jahhaniya Interchange street 373, Doha. 150 metri quadrati di un concept contemporaneo e innovativo in cui **essenzialità ed eleganza sono amplificate dall'uso di marmo e dettagli di ottone**, sia nei punti luce che negli arredi.



09 Dicembre 2022

Moda

**La Tombolini ha aperto
una boutique a Doha
proprio durante
i Mondiali di calcio**

Moda e calcio fanno squadra con Tombolini che ha accompagnato i mondiali di calcio in Qatar con l'apertura della sua nuova boutique a Doha. Tombolini, marchio storico fondato nel 1964 da Eugenio Tombolini a Urbisaglia,

ha scelto questo importante momento sportivo per inaugurare il suo punto vendita «all'interno di un territorio, quello del Medio Oriente, interessato dalla sua strategia di espansione territoriale», spiegano dall'azienda.

Corriere Adriatico

09 Dicembre 2022

L'azienda Tombolini inaugura una nuova boutique a Doha

L'apertura in occasione dei Mondiali di calcio nel celebre Mall of Qatar

L'ABBIGLIAMENTO

C .MURANO Tombolini ha colto l'occasione dei campionati mondiali di calcio in corso di svolgimento in Qatar per aprire una nuova boutique a Doha. Un avamposto per avviare l'espansione territoriale in Medio Oriente, un mercato che sta attirando gli investimenti retail di molte griffe. Il marchio di moda

maceratese ha da sempre un feeling con lo sport e con il calcio in particolare. Ad esempio diversi ex giocatori di calcio visitano lo stand Tombolini al Pitti Uomo di Firenze. Il marchio è stato anche fashion partner della squadra di club della Roma per tre campionati consecutivi. Non è dunque un caso che la label maceratese abbia scelto la concomitanza dei campionati mondiali di calcio in Qatar per inaugurare il suo punto vendita a Doha, situato all'interno del prestigioso Mall of Qatar. Il punto vendita si estende per 150 metri quadrati. È stato arredato



La nuova boutique Tombolini a Doha

con un concept contemporaneo e innovativo in cui essenzialità ed eleganza sono amplificate dall'uso di marmo e dettagli di ottone. Tombolini condivide con il mondo dello sport e del calcio in particolare quei valori fondamentali di rispetto, rigore e profonda motivazione etica che nel tempo l'hanno portato a intrecciare il suo stile con quello di atleti e di sportivi delle più svariate discipline. Da questo dialogo, in continua evoluzione, sono nate le collezioni Tombolini ZeroGravity e Tmb Running.
mas. vi.

1 RIPRODUZIONE RISERVATA

05 Dicembre 2022

TOMBOLINI: NUOVA APERTURA A DOHA

Moda e calcio fanno squadra ancora una volta con Tombolini che ha accompagnato, idealmente, i mondiali di calcio in Qatar con l'opening della sua nuova boutique a Doha.

Non è un caso che la label marchigiana abbia scelto questo importante momento sportivo per inaugurare il suo punto vendita all'interno di un territorio, quello del Medio Oriente, interessato dalla sua strategia di espansione territoriale.

Tombolini condivide infatti con il mondo dello sport e del calcio in particolare quei valori fondamentali di rispetto, rigore e profonda motivazione etica che nel tempo l'hanno portato a intrecciare il suo stile con quello di atleti e di sportivi delle più svariate discipline. Un dialogo in continua evoluzione che si è tradotto nella creazione di un tailoring identitario capace di unire sartorialità e comfort, eleganza e approccio sportivo in una sintesi stilistica dalla vestibilità perfetta e dall'estetica identitaria. Come quello ravvisabile nelle collezioni di formalwear Tombolini Zero Gravity e di casual in chiave sporty di TMB Running che sono protagoniste anche nel nuovo spazio di Doha, situato all'interno del Mall of Qatar, Al Jahhaniya Interchange street 373, Doha. 150 mq di un concept contemporaneo e innovativo in cui essenzialità ed eleganza sono amplificate dall'uso di marmo e dettagli di ottone, sia nei punti luce che negli arredi.



HUB

S T Y L E

24 Novembre 2022

TOMBOLINI: DUE NEGOZI IN QATAR E KAZAKISTAN

Fondato nel 1964 da Eugenio Tombolini, il suo marchio omonimo è riconosciuto in tutto il mondo per i capi realizzati con i migliori filati. E, nel segno della ricerca e del savoir fair, continua il suo percorso di espansione retail con l'opening di due nuove boutique: una a Doha, in Qatar e un'altra a Almaty, in Kazakistan. Lo store all'interno del prestigioso Mall of Qatar si estende su una superficie di 150 mq e presenta un concept contemporaneo e innovativo. Qui essenzialità, eleganza e purezza delle linee sono le protagoniste e si esprimono attraverso l'uso del marmo e i dettagli in ottone. Un'estetica che si riprende anche nel negozio di Almaty, con una superficie di 100 mq all'interno degli spazi del mall Esentai.



PANORAMA

12 Dicembre 2022

Regali Natale: idee moda per lui

^



Giubbotto e camicia Tombolini,

GRAZIA

25 Novembre 2022

Regali di Natale 2022: le migliori idee moda per lui



marie claire

24 Novembre 2022

Le idee regalo di Natale 2022 per Lui fra design, moda e lifestyle



Regali di Natale per Lui

Il blouson gessato di Tombolini.

Per info: [tombolini.it](https://www.tombolini.it)



VANITY FAIR

09 Novembre 2022

Vanity Wedding

Il testimone

Il look per un invito a nozze? Lo smoking, per le cerimonie più formali e sempre dopo le 18: il completo classico, per tutte le occasioni. Preferibilmente in blu di CAMILLA GUSTI



1. Cravatta lunga in lana water repellent, **Tagliatore** (€ 650). 2. Completo in lana e seta con revers di raso, camicia, gilet e cravatta grigi, **Luigi Bianchi Flirt** (€ 1.160). 3. Smoking in lana

navy, **Polo Ralph Lauren** (€ 1.199). 4. Mocassini di

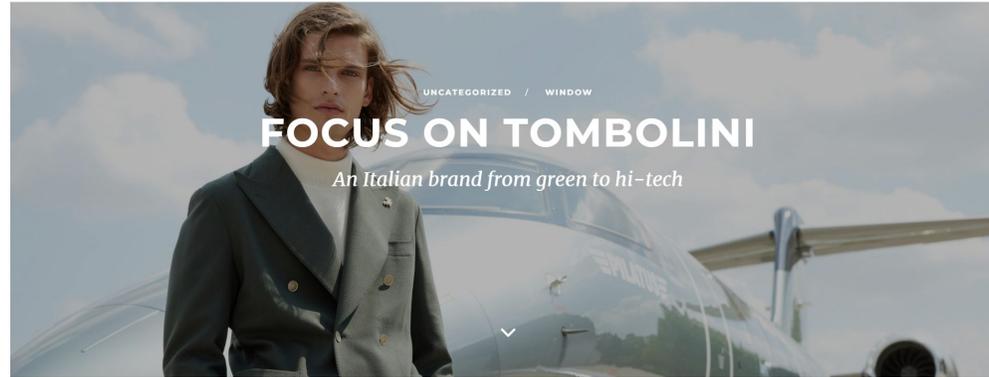
di seta, **Pal Zileri** (€ 155). 8. Camicia di cotone, **Barba**

6. Abito della collezione Events in lana vergine, Tombolini (€ 1.035). **7. Cravatta**

WTM

WORLD | TIPS | MAGAZINE

23 Novembre 2022



This Marche-based Made in Italy brand combines sartorial attention, innovation and eco-sustainability. On stage for the fall-winter 2022/23 season are the **Tombolini – Zero Gravity** and **TMB Running** collections. Featured will be the Zero Impact capsule with biodegradable, eco-sustainable and machine-washable garments.

Tailoring, eco-sustainability and technology meet for **Tombolini**'s 2022/23 season. While history and know-how are reflected in the graceful and timeless appeal of craftsmanship expertise, resulting in garments that are unique in terms of technique and attention to detail, the company demonstrates once again this season its ability and talent to present a coherent and versatile proposal.



Tombolini_Zero Gravity

Zero Gravity: The lightest suit in the world

Zero Gravity is the ultimate expression of lightweight fabrics, a perfect mélange of stretch wools, cashmere and silk. Must-have pieces include the double-breasted suit and the one with spear and wider lapel details; but also the bomber jacket and drawstring pants. Knitwear is made from the same jacket fabric.

Formal and upper casual garments meet in a color palette by the Sound of Gray theme, between grays and whites with a contemporary soul. **Lazuli Blue**, Tombolini's must-have, harks back to the roots of the brand's history to express a classic and sophisticated DNA, but also passion, strength and confidence.

Next to Jade, Bloodstone fades into natural colors and subtle shades of green, beige and aubergine, ending with Denim. Finally, **Old Oak**, which includes a scale from natural beige to brown, gives an informal and unexpected touch, diluting the rigor of winter and creating optical and innovative effects in the camel-chocolate pair.



TMB FW 22-23

TMB Running: Contemporary Easy-Going

The marriage of sport and elegance is revived in hyperlight, comfortable fabrics with multiple uses, espousing a current and growing trend. Black and blue colors pair harmoniously with Ryc fabric, alongside jersey and techno-wools.

New items include a double-breasted suit in scuba fabric with a two-button jacket and raw-cut pants. New hybrid products such as the hooded jacket and bomber jacket, also in scuba, mark an up-to-date style. The pants, with drawstring waist and elastic at the bottom, are ideal to wear with sweatshirts, t-shirts and sneakers.



WORLD | TIPS | MAGAZINE

23 Novembre 2022

Tombolini: Classic & dynamic

Tombolini's upcoming cold season designed for an elegant, dynamic and up-to-date consumer features innovative fabrics belonging to the classic world, but never taken for granted. While details range from optional buttons and topstitching on lapels, highlights include the formal **T300 line** and the more contemporary slim drop **T800 line**.

Alongside coats with a sartorial flair, the offer is completed with knitwear and sportswear, along with parkas and bomber jackets with water-repellent properties.



24 Ottobre 2022

Tombolini, una tradizione di famiglia

Abbiamo incontrato Silvio Calvigioni Tombolini, Direttore marketing e comunicazione, nonché esponente della terza generazione della famiglia Tombolini.



L'Italia è la terra delle eccellenze in tanti settori merceologici, eccellenze figlie del territorio e della passione dei suoi abitanti, tra queste come non citare **Tombolini** che da 58 anni ci regala abiti di altissima qualità e prestigio.

Figlia della passione e determinazione della omonima famiglia, l'azienda nasce dall'artigianalità in un minuto laboratorio nel 1964 a **Urbisaglia** in provincia di Macerata nelle Marche, in breve tempo questa azienda e la sua visione creativa riescono ad imporsi sul mercato, conquistando l'attenzione di buyer e compratori, facendo proprio il motto del "saper fare e del ben fatto".

Negli anni Tombolini ha posto un accento alla qualità dei tessuti e dei filati, alla ricerca, alle **tecniche di costruzioni degli abiti** e a tutta la filiera produttiva, posizionandosi ad altissimo livello, diventando punto di riferimento per un **uomo contemporaneo** e cosmopolita.

24 Ottobre 2022

Tombolini, una tradizione di famiglia

Abbiamo incontrato Silvio Calvigioni Tombolini, Direttore marketing e comunicazione, nonché esponente della terza generazione della famiglia Tombolini.



Qualità, ricerca e innovazione sono elementi imprescindibile per la terza generazione della famiglia Tombolini, elementi distintivi di un'azienda che non ha mai dimenticato la propria storia e le proprie origini, e da un piccolo paese delle **Marche** è riuscita a conquistare in poco tempo un ottimo posizionamento sul mercato globale, regalandoci esclusive creazioni innovative e di tendenza, dal forte impatto in termini di riconoscibilità e qualità del brand, un'azienda che è stata capace di rinnovarsi nel tempo, mantenendo intatte le proprie radici, con una spiccata sensibilità nei confronti del **green** e dell'**economia circolare**.

Le Marche sono una regione molto ricca di eccellenze con delle maestranze uniche, molti credono che sia solo la terra del grande Giacomo Leopardi, delle spiagge infinite, oppure il **polo calzaturiero più importante del nostro Paese**, ma questa regione in realtà apre le porte allo sviluppo di tante altre eccellenze in settori merceologici diversi.

Uno di questi riguarda l'abbigliamento maschile e nello specifico l'azienda Tombolini, che siamo certi avrà tanto da raccontarci anche nel futuro, grazie alla forte capacità di equilibrare **tradizione, presente e futuro**.

24 Ottobre 2022

Tombolini, una tradizione di famiglia

Abbiamo incontrato Silvio Calvigioni Tombolini, Direttore marketing e comunicazione, nonché esponente della terza generazione della famiglia Tombolini.

Incontriamo con grande piacere **Silvio Calvigioni Tombolini**, Direttore marketing e comunicazione, nonché esponente della terza generazione della famiglia Tombolini.

Silvio, quali sono le leve che vi spingono a proseguire un'attività così storica?

La passione è l'elemento principale che ci spinge ad andare avanti, anche in un momento tanto difficile a livello mondiale, il Covid19 e la guerra hanno cambiato tutti gli equilibri, al punto da rendere difficile fare impresa, aumenti scellerati e spesso ingiustificati rendono quasi impossibile poter svolgere con serenità il proprio lavoro, lasciando che siano le incertezze a dominare le varie attività, questo vale per tutti i settori non solo quello della moda e dell'abbigliamento nello specifico. La tradizione rimane un punto fermo, ma ad essa affianchiamo tanta ricerca, che alla fine sfocia in innovazione, tutto questo ci sta dando grandi soddisfazioni.

Quale posto occupano la ricerca e l'innovazione all'interno della vostra azienda?

Per noi la ricerca e di conseguenza l'innovazione sono alla base della nostra attività, studiamo i tessuti e le loro applicazioni, siamo sempre alla scoperta di nuovi materiali per rendere i nostri abiti unici dal confort inimitabile. Il nostro know-how è frutto di più di 50 anni di storia. All'interno della Tombolini convivono in perfetto equilibrio due anime, il passato e la sua storia artigianale, con la presenza di mia mamma figlia del fondatore mio nonno, e un'anima più giovane con la presenza di vari manager come me di nuova generazione, con un occhio attento ai mercati, alle tendenze e alla ricerca, non solo delle materie prime e secondarie, ma anche di nuovi fornitori, sfruttando una mentalità fresca con una visione internazionale.

Quante collezioni proponete sul mercato?

Abbiamo 2 collezioni: la Tombolini che ha un doppia anima, la prima più classica, sia nella scelta dei tessuti che in termini di vestibilità, mantenendo intatti i canoni della sartoria italiana; la seconda anima è "Zero Gravity" con dettagli completamente nuovi, un confort unico e tessuti leggerissimi, rigorosamente Made in Italy, materiali di grande qualità come il cashmere, la pura seta e lana super 150s, abbiamo alcuni abiti che arrivano a pesare 350g, che rendono il prodotto adattabilissimo ad ogni corpo maschile, oppure capispalla come il cappotto in flanella che garantisce un totale isolamento dall'acqua, una collezione di tessuti innovativi, rivolti a uomini che amano vestire eleganti anche nel tempo libero. All'interno di questa collezione abbiamo la capsule Zero Impact realizzata con tessuti lavabili in lavatrice e antibatterici, completamente biodegradabili ; questa è davvero una grande novità sia in termini di prodotto, che dal punto di vista della sostenibilità e del green, che ha permesso alla Tombolini di conquistare nuovi mercati. La seconda collezione si chiama TMB Running, un perfetto equilibrio tra sport ed eleganza, abbinamenti armoniosi tra il tessuto Ryc insieme al jersey e alle tecno lane, la novità del momento sono: l'abito doppio petto in tessuto *scuba*, oppure le giacche a 2 bottoni con cappuccio, l'abito TMB Running è stato scelto per la terza stagione dalla squadra di calcio As Roma, confermando il progetto creativo e sportivo del brand, una collezione dedicata ad un target evoluto e giovane.

24 Ottobre 2022

Il brand punta sui mercati aperti all'innovazione di prodotto ma anche con un gusto classico

Tombolini, rotta sull'Oriente

Dopo Doha e Kazakistan, in arrivo Malesia e Vietnam

DI MARIA MARCOTRIGIANO

Un viaggio nei mercati esteri, in particolare in quelli del Medio e dell'Estremo Oriente. È questa la destinazione che si è prefissa di raggiungere Tombolini, l'azienda marchigiana di abbigliamento da uomo fondata negli anni 60 da **Eugenio Tombolini** e in principio chiamata Urbis, dal nome della città natale del sarto, Urbisaglia in provincia di Macerata. Attraverso store multimarca e una rete di boutique monomarca, il brand è presente in Europa, nel Nord e Sud America, nel Medio Oriente e nell'Estremo Oriente, in Africa e Oceania.

Dopo aver rafforzato il business nel Vecchio Continente, in particolare in Germania, Scandinavia, Spagna, Belgio e Olanda, e in Canada e Stati Uniti, il direttore commerciale e marketing **Silvio Calvigioni Tombolini**, nipote del fondatore, vuole scommettere sui Paesi extraeuropei. Infatti, il brand ha recentemente aperto due nuovi store,



Le vendite all'estero di Tombolini generano il 65/70% del fatturato

uno a Doha nel Mall of Qatar, e l'altro ad Almaty (Kazakistan), nell'Esentai Mall.

«La politica retail dopo la pandemia è ripartita e avere dei negozi monomarca nel mondo aiuta l'azienda a mantenere un valore del marchio superiore e a far sì che l'immagine del brand nel mondo sia omogenea», ha di-

chiarato Tombolini. «Il Kazakistan è un mercato attento a quello che facciamo. Li abbiamo due operatori che seguono due negozi monomarca. L'abbiamo scelto perché si lega un po' a tutta la parte est e che apprezza il lusso democratico. Per quanto riguarda il Middle Est, il Qatar è un mercato molto importante

e finalmente è arrivato il primo monomarca. È il primo passo verso una serie di aperture in tutto il Medio Oriente».

Per quanto riguarda l'Italia, il mercato interno occupa circa il 30-35% del fatturato, grazie alle boutique sparse nelle città più importanti di ogni provincia, mentre l'obiettivo per l'export si aggira intorno al 65-70%. Motivo per il quale il brand di Urbisaglia punta a rafforzare il proprio business nell'Estremo Oriente con la realizzazione, all'inizio o entro la metà del 2023, di nuovi punti vendita in Malesia e Vietnam. «Il sud est asiatico è un mercato in cui le nuove generazioni di consumatori sono attente ai prodotti di grande innovazione, ma sono legate comunque a una certa classicità», spiega il direttore commerciale e marketing.

Dal 1964, anno in cui l'azienda è stata fondata, il marchio (passato anche in un momento di difficoltà nel 2016) continua a portare avanti la tradizione e la classicità dei capi d'abbigliamento, aggiungendo elementi

che sappiano rinnovare e migliorare il prodotto. Di qui la collezione Zero Gravity, abiti sartoriali leggeri (400 grammi di peso per i completi) realizzati con lane e sete purissime. La linea, oltre a essere diventata una delle collezioni più vendute dall'azienda, rappresenta circa il 40-50% del fatturato totale. Vi appartengono anche i prodotti washable, abiti e giacche lavabili in lavatrice a 30° che incontrano e soddisfano le necessità dei «millennials globetrotter».

«Nel post pandemia c'era l'esigenza di ritornare a vestirsi in maniera classica, pulita, ma in una maniera confortevole. Zero Gravity fa da unione tra abito di grande valore, perché solo con materiali di alto livello, ma in una costruzione leggera», ha sottolineato Tombolini. «Abbiamo unito l'esigenza del mercato propria di questo momento per poi arrivare alla richiesta di avere dei prodotti ecosostenibili. Ecco perché Zero Gravity ha il proprio abito lavabile in lavatrice che non inquina».

— © Riproduzione ricercata — ■

19 Ottobre 2022

URBISAGLIA

Tombolini si espande in Medio Oriente

Tombolini, marchio storico fondato nel 1964 da Eugenio Tombolini a Urbisaglia, prosegue nel processo di espansione in Medio Oriente, dopo il potenziamento del business in Paesi europei come Germania, Spagna e Belgio. Ha inaugurato infatti due boutique a Doha (Qatar) e Almaty (Kazakistan). L'operazione si inserisce nell'ottica di un'espansione territoriale che punta su mercati come Asia, in particolare Malesia e Vietnam, e Medio Oriente, portata avanti dal direttore commerciale e marketing Silvio Calvigioni Tombolini, terza generazione della famiglia fondatrice.

13 Ottobre 2022

Tombolini apre due boutique in Qatar e Kazakistan

Lo storico brand marchigiano prosegue nel processo di espansione in mercati come il Medio Oriente, dopo il potenziamento del business in Germania, Spagna e Belgio



Tombolini inaugura due nuovi store a Doha e Almaty

MACERATA – Nuovi opening per **Tombolini**, storico marchio della moda Made in Marche fondato ad **Urbisaglia** (Macerata) nel 1964 da Eugenio Tombolini e riconosciuto per capi realizzati con i migliori filati e nel segno della ricerca e del savoir fair, che procede verso l'**internazionalizzazione** con due boutique rispettivamente inaugurate a **Doha (Qatar)** e ad **Almaty (Kazakistan)**. L'operazione si inserisce nell'ottica di un'espansione territoriale che punta su mercati come Asia, in particolare Malesia e Vietnam, e Medio Oriente, portata avanti dal direttore commerciale e Marketing dell'azienda, **Silvio Calvigioni Tombolini**, terza generazione della famiglia fondatrice, che dopo aver potenziato il business in Germania, Scandinavia, Spagna, Belgio e Olanda, ora scommette sui Paesi extraeuropei.

Lo store nella capitale dell'**emirato arabo** si colloca all'interno del prestigioso Mall of Qatar e si estende su una superficie di 150 mq in un nuovo concept contemporaneo e innovativo: essenzialità, eleganza, purezza delle linee che si esprime nell'uso abbondante del marmo e dettagli in ottone che illuminano non solo l'insegna del punto vendita ma segnano anche alcuni dettagli come i banconi e gli arredi. La stessa estetica è stata pensata anche per la **boutique di Almaty**, che sorge su 100 mq tra gli spazi dell'Esentai Mall.

Entrambi gli store ospitano le **collezioni maschili**, core business del marchio, dalla linea Tombolini **Zero Gravity** dove ecosostenibilità e tecnologia dialogano con l'autentica sartorialità italiana, fino alle proposte più sportive e casual **TMB Running**.

Tombolini, **presente in 15 nazioni con 7 monomarca** tra diretti e in franchising e circa **350 multibrand**, punta a raggiungere i **15 milioni di euro di fatturato nel 2022**. La strategia retail dell'azienda mira a spingere il brand verso una sempre maggiore **internazionalizzazione**, ma anche a **consolidare la sua presenza in Italia** – mercato che copre il **40%** del fatturato aziendale – con l'inserimento della sua proposta in selezionati department store. Recentemente, l'azienda ha aperto due corner dedicati in **Rinascente**, nei punti vendita di **Milano** e **Torino** del grande magazzino, che rimarranno aperti fino al 16 ottobre.

HUB

S T Y L E

13 Ottobre 2022

TOMBOLINI APRE DUE NUOVE BOUTIQUE IN QATAR E KAZAKISTAN



Fondato nel 1964 da **Eugenio Tombolini**, il suo marchio omonimo è riconosciuto in tutto il mondo per i **capi realizzati** con i migliori filati.

E, nel segno della ricerca e del savoir fair, continua il suo percorso di espansione retail con l'opening di due nuove boutique: una a **Doha**, in **Qatar** e un'altra a **Almaty**, in **Kazakistan**.

Portata avanti dal **direttore commerciale e marketing** dell'azienda, **Silvio Calvigioni Tombolini**, (terza generazione della famiglia fondatrice), quest'operazione punta sui mercati asiatici, in particolare **Malesia** e **Vietnam**, e il **Medio Oriente**, dopo aver potenziato il business in **Germania**, **Scandinavia**, **Spagna**, **Belgio** e **Olanda**.

Lo store all'interno del prestigioso **Mall of Qatar**, si estende su una superficie di **150 mq** e presenta un concept **contemporaneo** e **innovativo**. Qui **essenzialità**, **eleganza** e **purezza** delle linee sono le protagoniste e si esprimono attraverso l'uso del **marmo** e i dettagli in **ottone**.

Un'estetica che si riprende anche nel negozio di **Almaty**, con una superficie di **100 mq** all'interno degli spazi del **mall Esentai**.

Inoltre, entrambi ospitano le collezioni maschili, core business del marchio: dal formalwear **Tombolini Zero Gravity** fino al casual **TMB Running**.

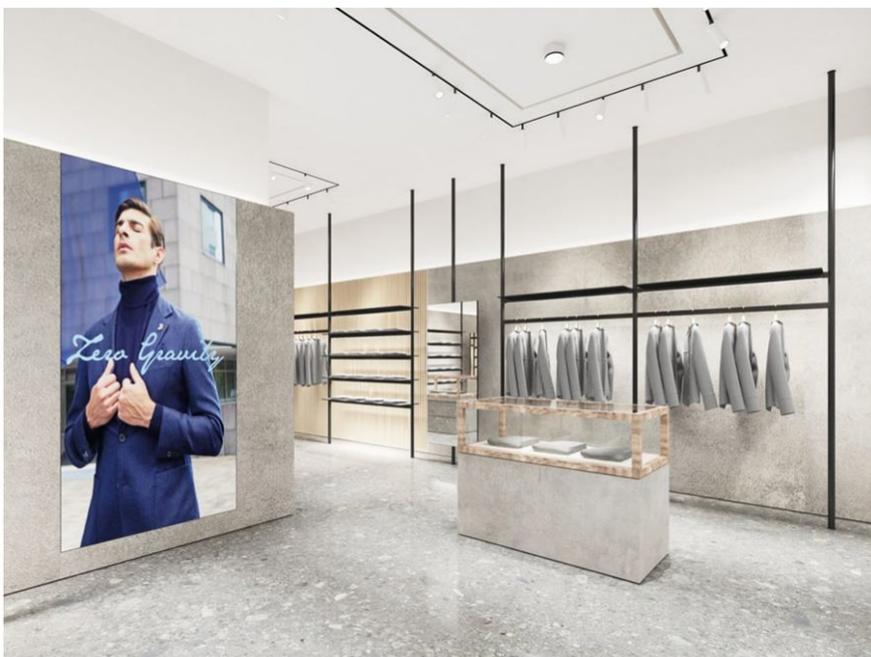


FASHION

— NETWORK —

11 Ottobre 2022

Tombolini guarda a Est



Tombolini si rafforza in Medio Oriente

Tombolini guarda ad Est. Dopo l'opening in Rinascente, lo storico brand marchigiano di abbigliamento, fondato nel 1964 da Eugenio Tombolini, inaugura due nuove boutique a Doha (Qatar) e Almaty (Kazakistan).

L'operazione si inserisce nella strategia di internazionalizzazione del brand promossa dal direttore commerciale e marketing dell'azienda, Silvio Calvigioni Tombolini, terza generazione della famiglia fondatrice. Dopo aver potenziato il business in Germania, Scandinavia, Spagna, Belgio e Olanda, ora Tombolini scommette sui Paesi extraeuropei, con Asia (Malesia e Vietnam) e Medio Oriente in testa.

Lo store nella capitale dell'emirato arabo si colloca all'interno del Mall of Qatar e si estende su una superficie di 150 mq in un nuovo concept contemporaneo e innovativo, caratterizzato da essenzialità delle linee e dall'uso abbondante di marmo e dettagli in ottone. La stessa estetica è stata pensata anche per la boutique di Almaty, che sorge su 100 mq tra gli spazi dell'Esentai Mall.

Entrambi gli store ospitano le collezioni maschili, core business del marchio, da quelle formalwear Tombolini Zero Gravity fino alle proposte più sportive e casual Tmb Running.

04 Ottobre 2022

Tombolini apre due store a Doha e Almaty

Tombolini, marchio fondato nel 1964 da **Eugenio Tombolini** e specializzato nella creazione di capi d'abbigliamento, ha inaugurato due nuove boutique, una a Doha (Qatar), e l'altra ad Almaty (Kazakistan).

Il negozio aperto nella capitale dell'emirato arabo si trova all'interno del centro commerciale «Mall of Qatar» e occupa una superficie di 150 mq. La boutique è stata concepita seguendo il nuovo concept basato sull'essenzialità, sull'eleganza e sulla purezza delle linee. Infatti, nel negozio è abbondante l'uso del marmo, arricchito da alcuni dettagli in ottone che illuminano non solo l'insegna del punto vendita, ma anche i banconi e gli arredi. Lo stesso concept è stato utilizzato anche per la realizzazione della boutique ad Almaty, che si colloca, con i suoi 100 mq, tra gli spazi dell'Esentai Mall.

In entrambi gli store sarà possibile acquistare i diversi capi delle collezioni maschili, core business del marchio, da quelli formalwear Tombolini Zero Gravity alle proposte più sportive e casual di Tmb Running.



Il nuovo store concept

L'apertura dei due nuovi store avviene a termine del piano di potenziamento del business in paesi europei come Germania, Spagna, Belgio e Scandinavia. Ora il brand scommette sui paesi extraeuropei con l'obiettivo di espandere il proprio business anche nei mercati dell'Asia. In particolare, Tombolini punta ad affermarsi in Malesia, Vietnam, e nel Medio Oriente.

A guidare le operazioni c'è **Silvio Calvigioni Tombolini**, direttore commerciale e marketing dell'azienda, appartenente alla terza generazione della famiglia fondatrice.

—© Riproduzione riservata—

04 Ottobre 2022

Tombolini apre pop up store in Rinascente



(Adnkronos) - Tombolini svela le sue nuove collezioni aprendo un pop up store a Milano all'interno degli spazi del department store Rinascente in Piazza Duomo e a Torino presso Rinascente Torino che rimarrà aperto fino al 16 ottobre prossimo.

Un opening che si inserisce nella strategia retail del brand maceratese che prevede di confermare la sua presenza sul mercato italiano, che copre oggi il 40% del suo fatturato, con l'inserimento della sua proposta in selezionati department store. Un progetto questo che, successivamente, sarà esteso anche nei Paesi esteri, puntando a una sempre maggiore internazionalizzazione.

Il pop up store offrirà l'opportunità di scoprire e ammirare le nuove creazioni di Tombolini, in cui ecosostenibilità e tecnologia sono in dialogo con l'autentica sartorialità italiana: dalle iconiche collezioni Tombolini alla leggerezza degli abiti della Zero Gravity. Un concentrato di know how ed expertise artigianale racchiuso in capi unici per tecnica e cura del dettaglio accolti in uno spazio espositivo che, nel design, richiama ed esalta il Dna del marchio.

04 Ottobre 2022

Tombolini apre in Rinascente



Il brand di abbigliamento Tombolini ha aperto due corner dedicati in Rinascente. Gli spazi, presenti nei punti vendita di Milano e Torino del grande magazzino, rimarranno aperti fino al prossimo 16 ottobre.

L'opening si inserisce nella strategia retail di Tombolini che mira a consolidare la sua presenza in Italia – mercato che copre il 40% del fatturato aziendale – con l'inserimento della sua proposta in selezionati department store. Lo stesso piano verrà esteso anche all'estero per spingere il brand verso una sempre maggiore internazionalizzazione.

I pop-up in Rinascente ospitano le nuove collezioni della casa maceratese, dalle iconiche collezioni Tombolini ai look della linea Zero Gravity, dove ecosostenibilità e tecnologia dialogano con l'autentica sartorialità italiana.

Tombolini, presente in 15 nazioni con 7 monomarca tra diretti e in franchising e circa 350 multibrand, punta a raggiungere i 15 milioni di euro di fatturato nel 2022.

04 Ottobre 2022

Tombolini apre pop up store in Rinascente



Tombolini svela le sue nuove collezioni aprendo un pop up store a Milano all'interno degli spazi del department store Rinascente in Piazza Duomo e a Torino presso Rinascente Torino che rimarrà aperto fino al 16 ottobre prossimo.

Un opening che si inserisce nella strategia retail del brand maceratese che prevede di confermare la sua presenza sul mercato italiano, che copre oggi il 40% del suo fatturato, con l'inserimento della sua proposta in selezionati department store. Un progetto questo che, successivamente, sarà esteso anche nei Paesi esteri, puntando a una sempre maggiore internazionalizzazione.

Il pop up store offrirà l'opportunità di scoprire e ammirare le nuove creazioni di Tombolini, in cui ecosostenibilità e tecnologia sono in dialogo con l'autentica sartorialità italiana: dalle iconiche collezioni Tombolini alla leggerezza degli abiti della Zero Gravity. Un concentrato di know how ed expertise artigianale racchiuso in capi unici per tecnica e cura del dettaglio accolti in uno spazio espositivo che, nel design, richiama ed esalta il Dna del marchio.

FASHIONUNITED

03 Ottobre 2022

Tombolini: pop up store in Rinascente a Milano e Torino



Tombolini apre in Rinascente a Milano e a Torino. I due corner dedicati alle collezioni del brand sono ospitati all'interno del department store di Milano e Torino e resteranno aperti fino al 16 ottobre.

"Un opening che si inserisce nella strategia retail del brand maceratese che prevede di confermare la sua presenza sul mercato italiano, che copre oggi il 40 per cento del suo fatturato, con l'inserimento della sua proposta in selezionati department store. Un progetto questo che, successivamente, sarà esteso anche nei Paesi esteri, puntando a una sempre maggiore internazionalizzazione", ha spiegato il management, in una nota.

Presenti nel pop up le collezioni Tombolini, così come gli abiti della Zero Gravity, frutto di know how ed expertise artigianale.

03 Ottobre 2022



TOMBOLINI APRE UN POP UP STORE IN RINASCENTE A MILANO

Tombolini svela le sue nuove collezioni aprendo un pop up store a Milano all'interno degli spazi del department store Rinascente in Piazza Duomo e a Torino presso Rinascente Torino che rimarrà aperto fino al 16 ottobre 2022.

Un opening che si inserisce nella strategia retail del brand maceratese che prevede di confermare la sua presenza sul mercato italiano, che copre oggi il 40% del suo fatturato, con l'inserimento della sua proposta in selezionati department store. Un progetto questo che, successivamente, sarà esteso anche nei Paesi esteri, puntando a una sempre maggiore internazionalizzazione.

Il pop up store offrirà l'opportunità di scoprire e ammirare le nuove creazioni di Tombolini, in cui ecosostenibilità e tecnologia sono in dialogo con l'autentica sartorialità italiana: dalle iconiche collezioni Tombolini alla leggerezza degli abiti della Zero Gravity. Un concentrato di know how ed expertise artigianale racchiuso in capi unici per tecnica e cura del dettaglio accolti in uno spazio espositivo che, nel design, richiama ed esalta il dna del marchio.

03 Ottobre 2022

TOMBOLINI SCEGLIE RINASCENTE PER IL SUO POP UP STORE



Tombolini sceglie Rinascente e svela le sue nuove collezioni aprendo un temporary store a **Milano**, all'interno degli spazi del department store in **Piazza Duomo**, e a **Torino**, presso **Rinascente Torino** che rimarrà aperto fino al 16 Ottobre 2022.

Il corner, dedicato alle collezioni del brand menswear italiano, sarà ospitato all'interno dei due department store e rimarrà aperto per un periodo di tempo limitato.

Un opening che si inserisce nella **strategia retail** del brand maceratese **che prevede di confermare la sua presenza sul mercato italiano**, che copre oggi il 40% del suo fatturato, con l'inserimento della sua proposta in selezionati negozi multibrand. Un progetto questo che, successivamente, sarà esteso anche nei Paesi esteri, puntando a una sempre maggiore internazionalizzazione.

Il pop up store offrirà l'opportunità di scoprire e ammirare le nuove creazioni di **Tombolini**, in cui ecosostenibilità e tecnologia sono in dialogo con l'autentica sartorialità italiana: dalle iconiche collezioni **Tombolini** alla leggerezza degli abiti della *Zero Gravity*. Un concentrato di know how ed expertise artigianale racchiuso in capi unici per tecnica e cura del dettaglio accolti in uno spazio espositivo che, nel design, richiama ed esalta il dna del marchio.

the collector

28 Settembre 2022



PANORAMA

16 Settembre 2022

Back to work



Giacca TMB Running Tombolini e completo Tombolini

Flewid

Settembre 2022

Power of Uniqueness: Miguel Gobbo Diaz



FOR MEN

MAGAZINE

Settembre 2022



UNA VITA PIÙ LEGGERA...
Pesa solo 300 grammi l'abito sartoriale Zero Gravity Siren Sun realizzato in tessuto 100% lana vergine che regala la massima vestibilità e punta sulla comodità di una giacca a camicia con tasche frontali a patta. Di Tombolini (1.100 euro).

SAPORI DENS
Ha quell'intensità di rosso tipica di un Amarone la polo Paoi Koo a maniche lunghe in cotone pettinato effetto panno con il tradizionale colletto morbido e l'abbottonatura con tre bottoncini. Di Laho.Art (90 euro).



CHE CARATTERI
Realizzati in pelle di vitello bordeaux e dotati di una resistente suola in gomma a cararmato i boots Waver II, costruiti su una forma inglese metodo Blake, hanno il piglio deciso di così importanti. Di Scarosso (330 euro).



CON UNA CERTA STRUTTURA...
Ha le estremità del cinturino in coccodrillo color mosto l'orologio bicolor con bracciale in acciaio quadrato da 42 mm in acciaio inossidabile, quadrante a due strati e viti a vista sulla ghiera. Di Favali (120 euro).



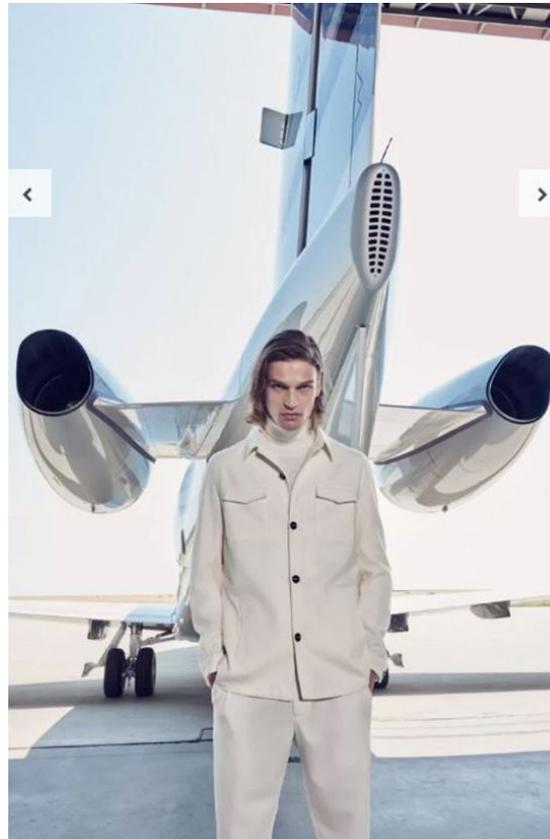
EFFETTO TORBIDO
Mantro la punta e il tallone nero inchiostro le calze Siren x NBA realizzate in misto cotone color vinaccia con polsino a coste e lancia tie & dye che crea macchie di colore irregolari dai bordi non netti. Di Stone (115 euro).



FOR MEN magazine 44/97

31 Agosto 2022

I testimonial e le campagne pubblicitarie moda dell'Autunno Inverno 2022/2023



La campagna autunno inverno 2022/2023 di Tombolini.

01 Agosto 2022

Tombolini primavera estate 2023: la nuova eleganza disinvolta, tutti i look

Tombolini primavera estate 2023 – Il brand marchigiano rilegge il concetto di leggerezza nell'incontro tra classico formale e leisurewear. Per una nuova eleganza disinvolta dedicata a un uomo che guarda con positività al futuro, riscoprendo il piacere del vestirsi. Tessuti riciclati e attenzione ecosostenibile per la linea active TMB.

Tombolini primavera estate 2023: il fashion show



La collezione Tombolini primavera estate 2023 guarda alla rinascita e al ritorno alla vita dopo la pandemia. Un tema che il brand marchigiano Made in Italy traduce in un incontro inaspettato tra il classico formale e l'universo leisure, con mano super light. Una proposta che vuole stimolare il piacere di rincontrarsi, condividendo i gesti quotidiani.

L'uomo ritrova il gusto per l'eleganza, riscopre il benessere e la cura del proprio aspetto. La sua attitudine è positiva, armoniosa e disinvolta. Opta per tessuti fluidi, che scivolano sul corpo, come il lino e il cotone per il giorno o le preziose lane e sete per la sera.

Predomina la leggerezza e la qualità di fibre naturali, nel segno del rispetto e della salvaguardia di un mondo più ecosostenibile e green. Accanto, i tessuti stretch permettono un maggiore dinamismo.

I colori accompagnano questo viaggio con un'ampia gamma di neutri, dal bianco, al beige panama, alle sfumature di grigi. Si passa poi agli azzurri e ai verdi cerulei che sposano i rosa tiepidi e polverosi. La trasversalità del white neutro incontra l'unicità del denim, perfetti da abbinare ai toni caldi del cacao e del caffè.

Tra i must-have della stagione c'è l'abito Zero Gravity e la proposta in Jersey Zero JJ con giacca, polo e t-shirt. Oltre all'abito con giacca sahariana in knitwear tecnico, c'è la salopette in jeans o in lana per il tempo libero. Il k-way bicolore e il bomber in cotone strizzano l'occhio allo sportswear, mentre il chiodo in pelle viene riletto in pellami pregiati e ricchi di dettagli. La linea Dream, dove lo stile più informale incontra la vestibilità e la ricerca di materiali, si arricchisce di un modello over, in linea con la nuova immagine rilassata ma sempre ricercata dell'uomo Tombolini.

01 Agosto 2022

Tombolini primavera estate 2023: la nuova eleganza disinvolta, tutti i look

Per la primavera estate 2023 la **TMB**, la proposta più active del marchio, unisce le prestazioni del mondo dello sport con quelle quotidiane dell'abbigliamento tecnico, ridefinendo l'idea di lusso sportivo contemporaneo. La collezione è pensata per un uomo metropolitano, che ama l'alta sartoria così come uno stile di vita smart. Al centro prevale l'attenzione green, che viene tradotta nell'utilizzo di materiali riciclati ed ecosostenibili per un nuovo concetto di uniforme urbana orientata al movimento, dal design dinamico e performante.

All'origine dei tessuti ci sono infatti le reti da pesca, la gomma e la plastica. Gli scarti di quest'ultima vengono trasformati in micro poliesteri hi-tech su telai in jersey conservando le caratteristiche di naturalezza e morbidezza al tatto, sempre con prestazioni performanti.

Non mancano le fibre naturali come le lane e i cotone mixati a poliammide ed elasthan. L'offerta abbraccia la maglieria semi-tecnica in tessuti riciclati di alta qualità che combinano tecnologie all'avanguardia e pratiche verdi di produzione, dalle giacche ai trench in nylon recycled, ai pantaloni cargo e cappelli bucket e da baseball.

I prodotti sono abbinabili l'uno con l'altro. Un concetto che vuole essere anche un messaggio di inclusività e di unione tra gli esseri umani sul pianeta. Le linee si mantengono clean, mentre la gamma cromatica spazia dal bianco al perla al nero, con accenti di camouflage. Fanno ingresso anche nuovi capi bicolor in nylon, in nuance black, calce e fango.



PANORAMA

22 Luglio 2022

Sere d'estate



Total look Tombolini

aeffe^{mag}

1 Giugno 2022

Reflections and shadows
Tribute to Saul Steinberg



VANITY FAIR

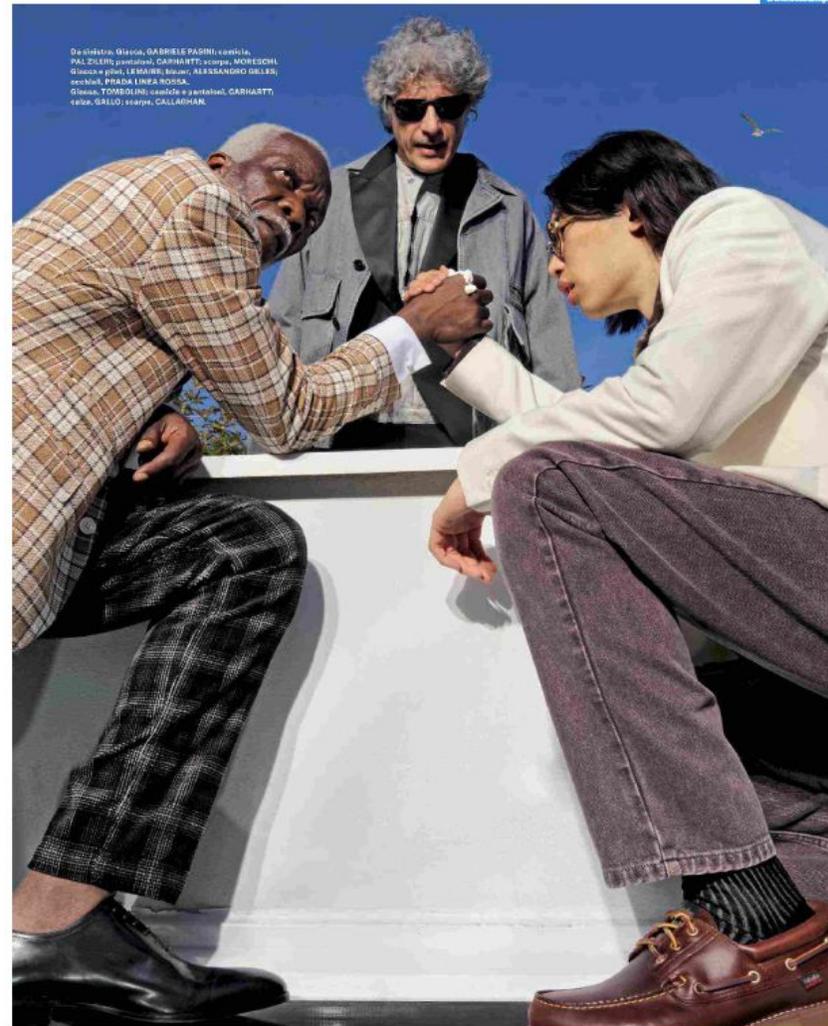
22 Giugno 2022

*Jacopo: maglia,
Tombolini.*



Esquire

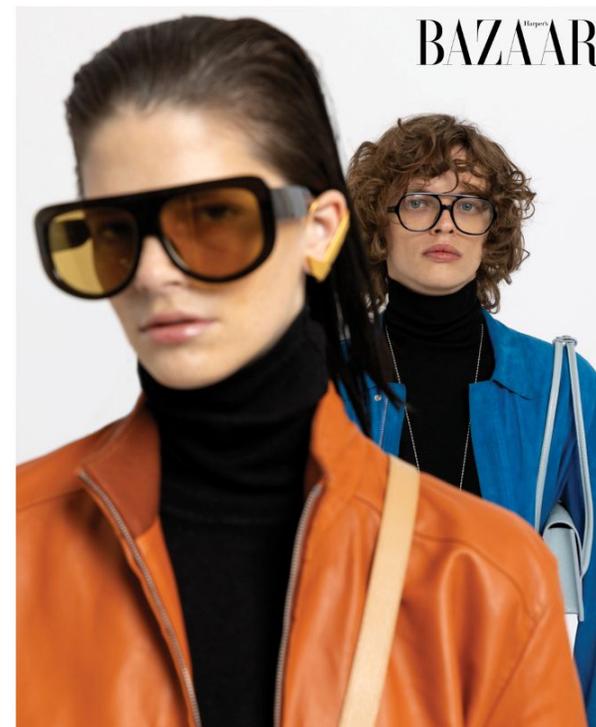
Giugno 2022



Harper's BAZAAR

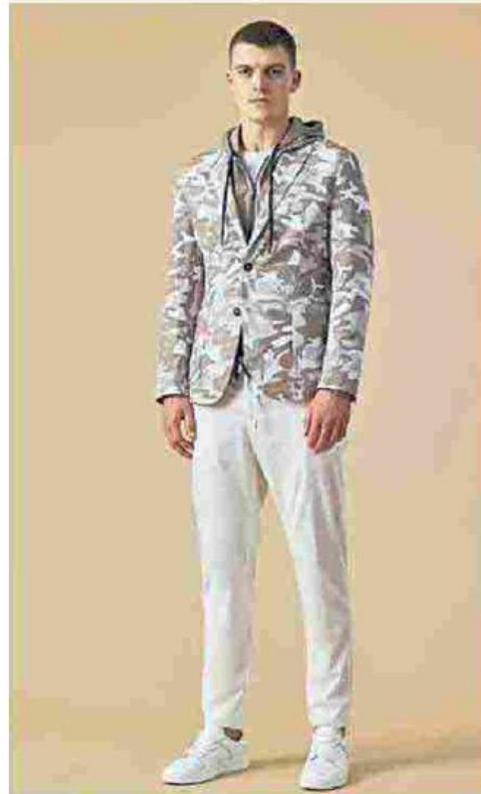
17 Giugno 2022

“LET’S PARTY” BY PHOTOGRAPHER
DOMENICO DONADIO



Specchio

26 Giugno 2022



Anima green

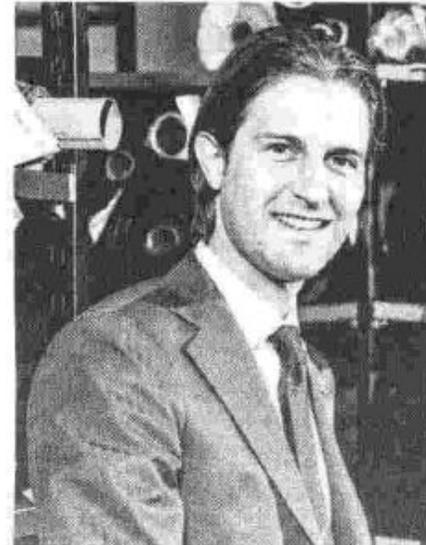
Le fibre naturali, lane e cotone in testa, se la giocano con i tessuti ricavati da reti da pesca, gomma e plastica. Perché l'idea di un guardaroba dall'impronta green piace proprio a tutti. Un'attenzione che Tombolini declina per la SS23 nella sua collezione più smart: maglieria semi-tecnica, giacche camouflage e trench in nylon recycled.

Moda Tombolini fa abiti biodegradabili

PAOLA BULBARELLI

■ L'azienda di abbigliamento maschile Tombolini è al top della sostenibilità, riuscendo a mettere d'accordo sartorialità, ecosostenibilità e tecnologia: con la linea Zero Gravity e la capsule Zero Impact il gruppo marchigiano esalta l'attenzione all'ambiente con l'abito biodegradabile. E ora l'azienda punta a crescere del 30% all'anno.

a pagina 16



LaVerità

26 Giugno 2022

Sostenibilità Mister Tombolini: «Le nostre giacche sono diventate biodegradabili»

PAOLA BULBARELLI

■ «Il drago rappresenta la nostra storia, il fondatore, mio nonno Eugenio Tombolini innamorato di un dipinto di Raffaello di San Giorgio che cerca di uccidere il drago è un po' il nostro simbolo, nonché patrono del nostro paese e quindi ci accompagna nel legame con questo luogo. Il nostro motto "Il futuro ha radici antiche" richiama alle radici del territorio, delle nostre maestranze, del nostro know how». **Silvio Tombolini**, terza generazione della famiglia a capo dell'omonima azienda di abbigliamento nelle Marche, ha profondi legami con la sua terra da cui derivano la tradizione imprenditoriale e la capacità d'impresa.

Quando inizia l'avventura?
«Nel 1960 quando mio nonno sarto aveva come obiettivo di creare un'industria, non voleva fermarsi alla sartoria ma dar vita a una fabbrica, a una catena di produzione e lui poteva dare il meglio di sé nell'efficienza e nell'efficacia del raggiungimento degli obiettivi. Credo che il logo sia parte del nostro marchio e viene rappresentato nei nostri capi e nei nostri negozi che stiamo aprendo nel mondo. Viviamo con la storia, con la nostra terra, rappresentati proprio da questo».

La storia familiare prosegue, sta lì il successo?
«Sono convinto di sì, la seconda generazione rappresentata da mia madre Fiorella Tombolini, figlia di Euge-

nio, è in azienda e il lavoro di squadra è vincente. E poi mio fratello che si occupa di prodotto. Il passaggio generazionale è una corsa insieme, una staffetta, di un percorso che deve essere fatto gradualmente perché soprattutto noi, nuove generazioni, abbiamo bisogno di colonne in azienda che richiamano la storia e portano avanti i valori. Questo accade se vicino abbiamo qualcuno che piano piano ce li lascia con calma».

Gli ultimi due anni sono stati molto duri per il settore dell'abbigliamento. Una grande mano è arrivata dalle vendite online. Voi eravate organizzati in tal senso?

«Per quanto riguarda la vendita online e il b2c eravamo già attivi invece per il b2b abbiamo dovuto accelerare un percorso che era stato avviato in maniera più blanda ma durante il Covid lo showroom in rete ha aiutato molto le vendite: nei primi sei-sette mesi abbiamo iniziato a vendere ai negozianti attraverso il virtual showroom, strumento rimasto e che sta funzionando perché aiuta la vendita fisica. Ha accelerato un progetto che l'azienda doveva fare e l'ha consolidato».

Avete mai chiuso completamente?

«Abbiamo subito reagito in maniera veloce perché non siamo abituati a stare a casa e già dopo una settimana eravamo in azienda per produrre dispositivi medici e mascherine, camicie per tutti gli ospedali marchigiani. Le maestranze erano al lavoro e

non ci siamo mai fermati». **Quanto avete perso nel momento più difficile?**

«Il primo anno eravamo al 30% del fatturato e anche meno, abbiamo perso il 70% tenendo conto che eravamo completamente fermi con la parte del classico sartoriale, le cerimonie non potevano essere fatte, nessuno aveva bisogno di abiti di un certo tipo. Il nostro core business era fermo. Dopo i primi sette mesi abbiamo lanciato il progetto Running con la Tmb, un concetto di sport sartoriale lavabile in lavatrice per il week end. È l'ingresso in collezione di questo prodotto ci ha aiutato tantissimo a riportare i numeri a essere sufficienti. Abbiamo venduto molti capi di questa linea».

In quanto tempo pensate di tornare ai numeri pre-pandemia?

«Ci siamo tornati in questa stagione. Con la collezione dell'anno prossimo possiamo dire di essere tornati ai numeri pre-Covid quindi partiremo per il prossimo inverno per tornare a un incremento del 25-30% annuale. Possiamo confermare le prime sensazioni che abbiamo avuto in questo primo mese di pre-collezioni di vendita che hanno confermato un atteggiamento positivo di ripresa sui nostri prodotti: Tombolini Zero Gravity e Tmb Running».

Avevate puntando su un comfort sartoriale da tempo, un'intuizione?
«Siamo partiti sei anni fa con il progetto Zero Gravity che rappresentava un 5% della

nostra produzione interna e ora oltre il 50%. La nostra catena produttiva è molto grande e sta producendo per la metà del suo tempo questi abiti. Il consumatore, dopo la pandemia, vuole tornare a vestirsi in maniera formale ma con un atteggiamento diverso, un po' più over, più comfort e Zero Gravity è la massima espressione della leggerezza. Realizziamo abiti solo con il tessuto, filo e mani delle nostre maestranze. I nostri modellisti per anni hanno studiato un abito formale senza difetti sviluppato solo nel tessuto, un abito de-costruito, senza fodere, imbottiture, spalline. Si accosta al corpo direttamente con il tessuto. Questo permette di viaggiare senza problemi, di piegare anche cinque abiti all'interno di un trolley perché dopo cinque minuti che lo si appende torna a essere perfetto. Questo anche nella cerimonia, tanto che abbiamo lanciato due smoking Zero Gravity e stanno funzionando molto. In certi luoghi dove si tende a cerimonie lunghe uno smoking super leggero è indispensabile. Dopo la lavatrice si stira con il vapore come se fosse una camicia».

Abiti che escono dalle mani di sarti ingegneri.

«È stato uno studio lungo, i primi capi avevano piccoli difetti sulle spalle, poi con il tempo siamo riusciti a renderlo perfetto e ad ampliare anche tutta la modelleria impiegando materiali di altissimo livello, sempre e solo made in Italy: lane superfini, lana seta, cashmere. Materiali che provengono da fornitori

italiani». **Tant'è che da sempre avete anche un'anima eco-responsabile.**

«Per il 95% della nostra storia abbiamo usato materiali naturali. Non sappiamo utilizzarne altro tipo e questo ci ha sempre aiutato a essere un'azienda green. Nell'ultimo periodo abbiamo realizzato degli Zero Gravity addirittura biodegradabili e quindi siamo nella massima espressione dello zero impatto ambientale, zero impact. In più, abbiamo inciso sull'azienda con un grande impianto di pannelli solari sopra la fabbrica che stiamo ristrutturando in modo da avere il meno dispersioni possibili e per arrivare a una certificazione di azienda totalmente green. Nella parte Tmb Running utilizziamo nylon riciclati e riciclabili».

I vostri investimenti in che direzione sono andati da azienda verticale che acquista filati fino ai capi finiti?

«Abbiamo una verticalità enorme perché studiamo le collezioni internamente e così le materie per poi vende-

re i capi nei nostri negozi e con lo shop online. Completiamo il ciclo. Nell'ultimo periodo e anche durante la pandemia quando la fabbrica era abbastanza ferma abbiamo fatto un investimento molto importante a livello di macchinari. Avevamo il tempo per inserire macchine nuove sia nella prima fase del taglio che del cucito e per fare formazioni ai nostri dipendenti. Questo ci permette ora di produrre abiti come Zero Gravity altrimenti sarebbe impossibile con le sole macchine cucitrici lineari. Abbiamo un parco macchine eccellenti».

Investimenti oltre l'azienda?

«Stiamo investendo in showroom, persone, in fiere, partecipando a quelle negli Stati Uniti oltre al Pitti. L'altra parte viene assorbita dalla parte commerciale. Il nostro sviluppo commerciale nelle ultime due stagioni è stato molto importante e quindi gli sforzi vanno in quel senso oltre a innovare le collezioni dal tessuto alle costruzioni. Abbiamo rivisto il nostro concept store e apri-

remo negozi monomarca, il prossimo in Qatar a Doha».

I numeri di Tombolini?
«Oltre 130 dipendenti, 10 negozi monomarca e 400 clienti multimarca nel mondo. 15 milioni il fatturato con la capacità di crescere del 30% ogni anno».

Quali i mercati più importanti?

«In questo momento oltre al Middle East ed Est Europa con la Russia che sono storicamente mercati molto incisi, l'Europa viene rivista inserendo altri tre agenti. Germania, Belgio, Olanda tutta la parte scandinava e Danimarca in particolare stanno dando ottimi segnali. Siamo riusciti a sviluppare bene il mercato americano. Abbiamo 25 clienti che vendono e usano i nostri servizi di riassortimento e su misura. Moldavia, Polonia, Uzbekistan, Kazakistan e stiamo stringendo accordi in Malesia e Vietnam. Anche la Cambogia sta apprezzando molto i prodotti italiani di lusso e quindi sono mercati importanti per sviluppare il brand».

Questi compensano le mancate entrate dalla Russia?

«La Russia e l'Ucraina in particolare dove avevamo un buon fatturato, sì. Europa, Canada e Stati Uniti stanno compensando in modo importante».

Russia e Ucraina sono completamente ferme?

«Diciamo che è un mercato fermo, in Ucraina speriamo di ripartire il prima possibile ma abbiamo alcuni clienti in zone in cui la guerra non è ancora arrivata in modo devastante che hanno mantenuto il negozio aperto on line. Per quanto riguarda la Russia invece, mentre dobbiamo attenerci alle regole che ci sono, i clienti sono sempre per noi importanti e non hanno nulla a che vedere con queste dinamiche internazionali. Noi cerchiamo di salvaguardare le nostre relazioni storiche, i clienti che hanno aiutato le aziende del made in Italy, che hanno acquistato i prodotti italiani durante la crisi e quindi cerchiamo di mantenere un rapporto attraverso studi di collezioni che si attengono alle regole attuali».

15
mln

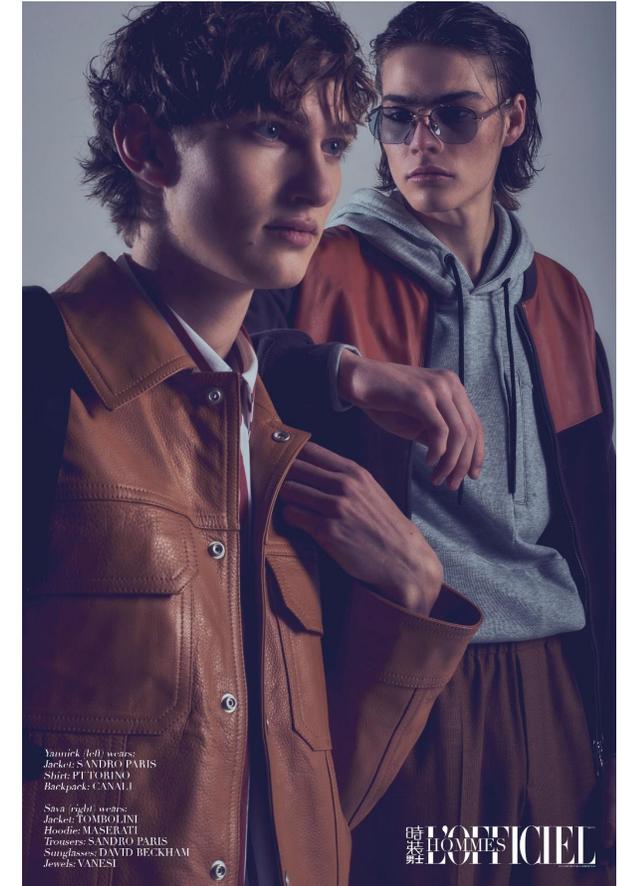
di euro
il fatturato
del gruppo
che cresce
del 30%



Silvio Tombolini, terza generazione dell'omonima azienda di moda maschile

L'OFFICIEL

Giugno 2022



WU) magazine

13 Maggio 2022



smanicato
giilet
shorts

TOMBOLINI
DENOBILIARYPARTICLE
NEW BALANCE

PANORAMA

18 Maggio 2022

Le divise urbane fra eleganza atletica e sport high tech

Scultorei atletici e sportivi, così i brand del segmento sportswear si immaginano l'uomo e la donna contemporanei, e anche quando l'approccio diviene più rilassato resta comunque alta la vocazione al benessere e alla cura di sé e del proprio corpo.

Quando si fa sport, si genera energia, movimento, eppure etimologicamente la parola porta principalmente un significato di divertimento, una espressione ideale e culturale che sottolinea quanto sport e abbigliamento sportivo non siano solo una attività o una possibilità nello stile di vita ma una forte congiunzione con tutto quello che riguarda il tempo libero ed anche il gioioso relax.

La parola 'athleisure' - commistione tra attività atletica e tempo libero - coniata dagli stilisti e dai marchi del lusso per entrare di diritto nel comparto delle divise atletiche serve anche come password per espanderne la versatilità e le applicazioni, affrancando definitivamente questo segmento del guardaroba dalle palestre e dalla sola attività sportiva.

La crescente predilezione da parte dei consumatori per i brand più casual e adattabili a una vita moderna concreta, dagli spostamenti urbani al lavoro, l'ora di pranzo e dell'aperitivo, fino al comfort di poter usare in modo trasversale il capo preferito e performante (nel calendario degli impegni urbani ed anche in vacanza), ha fatto impennare le collaborazioni tra i marchi sportivi e quelli del lusso, un binomio che porta vantaggi reciproci.

I primi ricevono una spinta verso l'alta moda e lo stile hype, quello che fa sognare e del momento; ai secondi arriva una iniezione di modernità, grazie al costante monitoraggio del gusto giovanile e informale e all'ingresso di stilisti giovani consapevoli dei nuovi stili di vita e delle nuove tendenze, spesso legati alle ultime avanguardie e tecnologie.

E quindi qual è questa divisa dell'uomo e della donna contemporanei in cui comodità, stile e funzione si incontrano e si influenzano, dove i capi sono tecnici, multifunzionali, versatili e gender-neutral con una attitudine casual-sportiva che si fa sempre più lussuosa?

Questa rivoluzione di matrice sportiva volge una delle sue interessanti ramificazioni fino nel comparto dell'eleganza sartoriale, caposaldo del Made in Italy, andando a incalzare con grinta agonistica l'universo dell'abbigliamento formale.

Il legame con il mondo dello sport diventa quindi inscindibile per marchi come Tombolini e Kiton, pur avendo nel portfolio decenni di storia manifatturiera bespoke.

Il brand marchigiano Tombolini stringe una forte liaison con lo sport sia in termini di prodotto, sia sul fronte delle partnership con alcuni dei più noti atleti, nel calcio, nel basket, nel pattinaggio.

La linea TMB Running veste millennials e globetrotter con capi realizzati in filati high tech o le tecno-naturali, comodi e leggeri. Nell'abito, i pantaloni hanno coulisse in vita ed elastici al fondo, da indossare con t-shirt con cappuccio, sneakers e giacche stretch che non si sgualciscono e rendono agevoli i movimenti.

100% PROFESSIONISTI Uomo & MANAGER

31 Maggio 2022

MODA & ACCESSORI

TOMBOLINI, A PITTI UOMO PRESENTA LA NUOVA COLLEZIONE P-E 2023. IL TEMA È IL RITORNO ALLA VITA



In occasione del prossimo Pitti Uomo a Firenze (14-17 giugno), **Tombolini presenterà la sua nuova collezione P-E 2023**, il cui tema principale è il ritorno in grande stile alla vita dopo la pandemia.

Un incontro tra il classico formale e l'universo leisure, con mano super light: un'idea quasi inaspettata da Tombolini che intende favorire il piacere di ritrovarsi, condividendo i normali gesti quotidiani.

Leggerezza prima di tutto

Confort e glamour nella nuova collezione di Tombolini in cui è la leggerezza e la qualità di fibre naturali, nel segno del rispetto e della salvaguardia di un mondo più ecosostenibile e green, che la fanno da padrone. Poi tessuti stretch, che garantiscono quel dinamismo che ogni uomo deve avere nell'affrontare la propria giornata.

I colori scelti sono prevalentemente quelli neutri: dal bianco, al beige panama, alle sfumature di grigi. E ancora azzurri, verdi cerulei e rosa tiepidi e polverosi che si uniscono perfettamente. Il bianco neutro incontra l'unicità del denim, accoppiata perfetta da abbinare ai toni caldi del cacao e del caffè.

ICON

31 Maggio 2022

Luci calde, abiti leggeri come fogli di carta e l'obiettivo del fotografo Allan Hamitouche. Scopri il nuovo editoriale moda



Pantaloni Tombolini

ICON

Aprile 2022



MANINTOWN^{MAG}

1 Aprile 2022

GIACOMO GIORGIO, IL SOPRAVVISSUTO



Trench Tombolini.

the METALHEAD

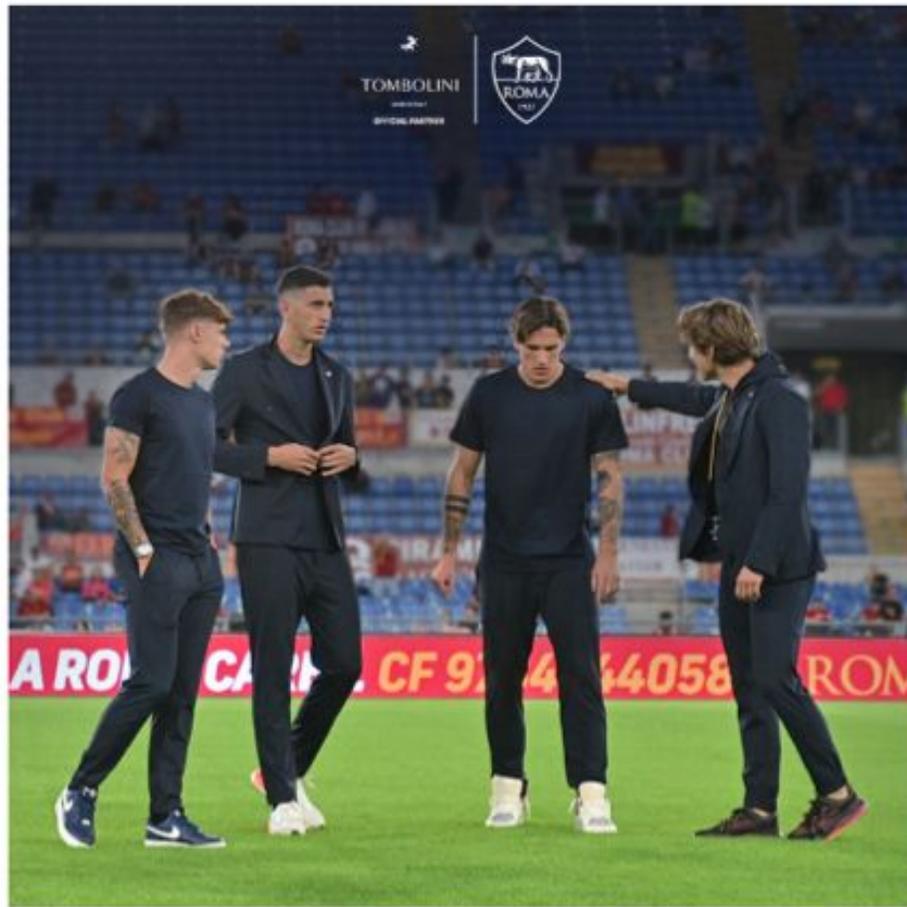
1 Aprile 2022

FASHION
ROCCO



Niccolo: jacket and trousers Tombolini

4 Aprile 2022



TOMBOLINI FESTEGGIA LA GIORNATA MONDIALE DELLO SPORT

Tombolini celebra la giornata mondiale dello sport, mercoledì 6 aprile. Il brand marchigiano Made in Italy vanta infatti da anni una forte liaison con l'universo agonistico sia in termini di prodotto, sia sul fronte delle partnership con alcuni dei più noti atleti del settore.

Prima fra tutte figura quella con l'AS Roma come official fashion partner, rinnovata per la stagione calcistica 2021-22 per il terzo anno consecutivo. L'azienda è fornitore ufficiale delle divise del club giallorosso, che indosserà gli abiti della collezione TMB Running impreziositi dal T-way. Mentre saranno gli abiti Zero Gravity a vestire, nelle occasioni più formali e istituzionali fuori dal campo, i giocatori, lo staff tecnico e i dirigenti.

Per la spring-summer 2022 il brand ha chiamato per la campagna digital due giovani promesse del basket femminile, le gemelle Eleonora e Matilde Villa, scattate in suit black and white firmati TMB Running, per un'eleganza unisex adatta al loro stile di vita dinamico.

Protagonista della stagione anche il cestista italiano Alessandro Pajola in abito TMB Running. Playmaker della Virtus Bologna e della Nazionale, con la società bolognese ha vinto un Campionato italiano, una Supercoppa italiana e una Basketball Champions League.

100% PROFESSIONISTI Uomo & MANAGER

4 Aprile 2022

TOMBOLINI PRESENTA ZERO IMPACT, GIACCA CAMICIA 100% BIODEGRADABILE



Stile, eleganza, sartorialità, ma anche tanta attenzione all'impatto ambientale. E **Tombolini** punta fortemente su queste componenti nel proprio percorso di crescita e nelle nuove proposte all'insegna dell'eco-sostenibilità. Ed in occasione della **Giornata Mondiale della Terra il prossimo 22 aprile**, presenta un pezzo chiave del guardaroba consapevole per lui: la **giacca camicia 100% biodegradabile**, un capo manifesto del progetto **Zero Impact**.

Come è realizzata Zero Impact di Tombolini

Una giacca camicia realizzata con filati organici, forte di una produzione che punta sulla limitazione dei consumi di acqua e CO2 e soprattutto decomponibile in maniera naturale nella sua totalità, compresi gli accessori che lo compongono come i bottoni, le etichette e le grucce.

Un modello in pura lana vergine che non dimentica, tuttavia, lo stile emblematico del brand. I codici estetici utilizzati raccontano di innovazione in cui l'heritage del marchio (che si vede e che si tocca) si apre a nuove sperimentazioni stilistiche per dare vita a una giacca versatile, perfetta come capospalla casual per quella sua costruzione a camicia, che si evidenzia nel fit perfetto, nel colletto e nelle tasche applicate.

6 Aprile 2022

TOMBOLINI CELEBRA LA GIORNATA MONDIALE DELLO SPORT



È sempre più solido e concreto il legame tra il celebre brand marchigiano made in Italy Tombolini e il mondo dello sport. Una liason che trova le sue radici nel dna contemporary di alcune delle sue collezioni che nelle partnership con alcuni dei più noti atleti del settore.

Prima fra tutte figura quella con l'AS Roma come official fashion partner, che è stata rinnovata per la stagione calcistica 2021-22 per il terzo anno consecutivo. L'azienda si è confermata come fornitore ufficiale delle divise del club giallorosso, che indosserà gli abiti della collezione TMB Running impreziositi dal T-way; mentre saranno gli abiti Zero Gravity a vestire, nelle occasioni più formali e istituzionali fuori dal campo, i giocatori, lo staff tecnico e i dirigenti.



Ciò che ha sempre contraddistinto Tombolini è la sua attitudine rilassata e sportiva che ben si adatta a ogni momento della gironata, unita a quella sartorialità tipica del made in Italy e quella sperimentazione che da sempre contraddistingue il dna del brand. L'aspetto esclusivo di ogni capo deriva dai 60 anni di storia artigianale: tutte le fasi del processo produttivo rappresentano l'espressione della tecnica e del savoir-faire che si tramanda da tre generazioni.

6 Aprile 2022

TOMBOLINI CELEBRA LA GIORNATA MONDIALE DELLO SPORT

I volti sportivi di Tombolini

Il progetto Running si fonda su un immaginario più contemporaneo, guardando ai Millennials e ai globtrotter. I materiali sono il micropoliestere high-tech o le tecno-lane realizzate partendo da jersey comodi e leggeri. Nell'abito, i pantaloni hanno coulisse in vita ed elastici al fondo, da indossare con cappuccio, sneakers e T-shirt.

Sono due giovani promesse del basket femminile le protagoniste della campagna digital, le gemelle Eleonora e Matilde Villa, scattate in suit black and white firmati TMB Running, per un'eleganza unisex adatta al loro stile di vita dinamico.



Anche il cestista italiano Alessandro Pajola è protagonista, con l'abito TMB Running. Playmaker della Virtus Bologna e della Nazionale, con la società bolognese ha vinto un Campionato italiano, una Supercoppa italiana e una Basketball Champions League.

Facendo un passo indietro con le stagioni, è stato il pattinatore artistico su ghiaccio Matteo Guarise uno dei volti della fall-winter 2021. Classe '88, vincitore di numerosi titoli, tra cui sei italiani e tre medaglie in Coppa del Mondo. È stato perfetto per indossare, librandosi nell'aria, Zero Gravity, massima espressione della leggerezza e del tessuto.



Il mondo del tennis è stato scelto come sfondo della collezione spring-summer 2021. L'ispirazione per l'adv arriva dallo storico Tennis Club Milano Alberto Bonacossa, che ha ospitato numerose manifestazioni sportive internazionali. I suoi campi sono stati calcati da leggendari tennisti e da altri attualmente all'apice delle classifiche mondiali.

6 Aprile 2022

TOMBOLINI CELEBRA LA GIORNATA MONDIALE DELLO SPORT



È sempre più solido e concreto il legame tra il celebre brand marchigiano made in Italy Tombolini e il mondo dello sport. Una liason che trova le sue radici nel dna contemporary di alcune delle sue collezioni che nelle partnership con alcuni dei più noti atleti del settore.

Prima fra tutte figura quella con l'AS Roma come official fashion partner, che è stata rinnovata per la stagione calcistica 2021-22 per il terzo anno consecutivo. L'azienda si è confermata come fornitore ufficiale delle divise del club giallorosso, che indosserà gli abiti della collezione TMB Running impreziositi dal T-way; mentre saranno gli abiti Zero Gravity a vestire, nelle occasioni più formali e istituzionali fuori dal campo, i giocatori, lo staff tecnico e i dirigenti.



Ciò che ha sempre contraddistinto Tombolini è la sua attitudine rilassata e sportiva che ben si adatta a ogni momento della giornata, unita a quella sartorialità tipica del made in Italy e quella sperimentazione che da sempre contraddistingue il dna del brand. L'aspetto esclusivo di ogni capo deriva dai 60 anni di storia artigianale: tutte le fasi del processo produttivo rappresentano l'espressione della tecnica e del savoir-faire che si tramanda da tre generazioni.

6 Aprile 2022

TOMBOLINI CELEBRA LA GIORNATA MONDIALE DELLO SPORT

I volti sportivi di Tombolini

Il progetto Running si fonda su un immaginario più contemporaneo, guardando ai Millennials e ai globtrotter. I materiali sono il micropoliestere high-tech o le techno-lane realizzate partendo da jersey comodi e leggeri. Nell'abito, i pantaloni hanno coulisse in vita ed elastici al fondo, da indossare con cappuccio, sneakers e T-shirt.

Sono due giovani promesse del basket femminile le protagoniste della campagna digital, le gemelle Eleonora e Matilde Villa, scattate in suit black and white firmati TMB Running, per un'eleganza unisex adatta al loro stile di vita dinamico.



Anche il cestista italiano Alessandro Pajola è protagonista, con l'abito TMB Running. Playmaker della Virtus Bologna e della Nazionale, con la società bolognese ha vinto un Campionato italiano, una Supercoppa italiana e una Basketball Champions League.

Facendo un passo indietro con le stagioni, è stato il pattinatore artistico su ghiaccio Matteo Guarise uno dei volti della fall-winter 2021. Classe '88, vincitore di numerosi titoli, tra cui sei italiani e tre medaglie in Coppa del Mondo. È stato perfetto per indossare, librandosi nell'aria, Zero Gravity, massima espressione della leggerezza e del tessuto.



Il mondo del tennis è stato scelto come sfondo della collezione spring-summer 2021. L'ispirazione per l'adv arriva dallo storico Tennis Club Milano Alberto Bonacossa, che ha ospitato numerose manifestazioni sportive internazionali. I suoi campi sono stati calcati da leggendari tennisti e da altri attualmente all'apice delle classifiche mondiali.

6 Aprile 2022

Tombolini celebra la Giornata mondiale dello sport | Rosso Valentino



Il brand marchigiano Tombolini, completamente Made in Italy, vanta solide collaborazioni con il settore e i suoi protagonisti. A partire dalla partnership calcistica con l'AS Roma, fino agli adv con noti atleti come il cestista Alessandro Pajola e il pattinatore Matteo Guarise.



Un sodalizio che trova le sue radici nel Dna contemporary delle proposte TMB Running e Zero Gravity.

Il legame con il mondo dello sport rimane inscindibile per Tombolini. Il brand marchigiano Made in Italy vanta da anni una forte liaison con l'universo agonistico sia in termini di prodotto, sia sul fronte delle partnership con alcuni dei più noti atleti del settore.

Prima fra tutte figura quella con l'AS Roma come official fashion partner, che è stata rinnovata per la stagione calcistica 2021-22 per il terzo anno consecutivo. L'azienda si è confermata come fornitore ufficiale delle divise del club giallorosso, che indosserà gli abiti della collezione TMB Running impreziositi dal T-way, mentre saranno gli abiti Zero Gravity a vestire, nelle occasioni più formali e istituzionali fuori dal campo, i giocatori, lo staff tecnico e i dirigenti.



6 Aprile 2022

Tombolini celebra la Giornata mondiale dello sport | Rosso Valentino

Punto di forza dello stile Tombolini è la sua attitudine rilassata e sportiva per ogni momento della giornata, unita a sartorialità e sperimentazione che da sempre contraddistinguono il Dna del brand. L'aspetto esclusivo di ogni capo deriva dai 60 anni di storia artigianale: tutte le fasi del processo produttivo rappresentano l'espressione della tecnica e del savoir-faire che si tramanda da tre generazioni.

Il progetto Running si fonda su un immaginario più contemporaneo, guardando ai Millennials e ai globetrotter. I materiali sono il micropoliestere high-tech o le tecnolane realizzate partendo da jersey comodi e leggeri. Nell'abito, i pantaloni hanno coulisse in vita ed elastici al fondo, da indossare con cappuccio, sneakers e T-shirt.

Per la spring-summer 2022 il brand ha chiamato per la campagna digital due giovani promesse del basket femminile, le gemelle Eleonora e Matilde Villa, scattate in suit black and white firmati TMB Running, per un'eleganza unisex adatta al loro stile di vita dinamico.



6 Aprile 2022

Tombolini celebra la Giornata mondiale dello sport | Rosso Valentino

Protagonista della stagione anche il cestista italiano Alessandro Pajola (foto in alto) in abito TMB Running. Playmaker della Virtus Bologna e della Nazionale, con la società bolognese ha vinto un Campionato italiano, una Supercoppa italiana e una Basketball Champions League

Facendo un passo indietro con le stagioni, è stato il pattinatore artistico su ghiaccio Matteo Guarise uno dei volti della fall-winter 2021. Classe '88, vincitore di numerosi titoli, tra cui sei italiani e tre medaglie in Coppa del Mondo. È stato perfetto per indossare, librandosi nell'aria, Zero Gravity, massima espressione della leggerezza e del tessuto.

Il mondo del tennis è stato scelto come sfondo della collezione spring-summer 2021. L'ispirazione per l'adv arriva dallo storico Tennis Club Milano Alberto Bonaccossa, che ha ospitato numerose manifestazioni sportive internazionali.

I suoi campi sono stati calcati da leggendari tennisti e da altri attualmente all'apice delle classifiche mondiali.



Il legame tra Tombolini e il mondo sportivo consolidato fino ad oggi proseguirà nelle prossime stagioni con nuovi progetti e atleti. Stay tuned!

La Gazzetta dello Sport

Tutto il rosa  della vita

9 Aprile 2022

TMB RUNNING E ZERO GRAVITY

Tombolini, lo stile è in campo Il made in Italy sposa lo sport

● Tombolini e lo sport, un legame che viene continuamente rinnovato, anche in occasione della giornata mondiale dello sport che si è appena celebrata. Tante le collaborazioni del brand marchigiano, a partire dalla partnership con l'AS Roma, fino alle campagne con alcuni degli atleti più noti, come il cestista Alessandro Pajola o il pattinatore Matteo Guarnise. Un mondo, quello agonistico, che ben si sposa con le proposte TMB Running e Zero Gravity. E con uno stile adatto ad ogni momento della giornata ma che si distingue per sartorialità e sperimentazione.



Campione Alessandro Pajola, playmaker della Virtus Segafredo Bologna, in abito TMB Running

MANINTOWN^{MAG}

12 Aprile 2022

'I'M LOOKING THROUGH YOU. THERE IS MORE, MORE THAN US' – I MUST-HAVE DELLA S/S 2022



Leather jacket Tombolini

22 Aprile 2022

W LA TERRA

Il 22 aprile è l'Earth Day, nuova festa nata negli Usa, e dove se no, per la protezione del pianeta. E così dopo aver festeggiato gli innamorati, i papà, la Pasqua e appena prima di celebrare tutte le mamme del mondo, la rete si riempie di comunicazioni e annunci su eventi, iniziative, prodotti legati a sostenibilità e rispetto dell'ambiente. L'elenco è interminabile. La moda, settore più inquinante dopo il petrolio, è uno dei più attivi a contrastare la sua fama.

Svariate le provenienze dei materiali usati. Dagli scarti di produzione rigenerati alla plastica recuperata in mare, ormai un classico, alle reti da pesca. Così Giglio.com, sito di moda di Palermo, con Risacca, progetto di economia circolare per salvaguardare l'ambiente marino, ha ideato una collezione di eco-bags che riutilizzano le reti da pesca (al centro). Si calcola che solo a Mazara del Vallo in un anno ne vengano abbandonate dieci tonnellate. Sono fatti di rifiuti plastici marini gli orologi Iamtheses, analogici, ovviamente impermeabili, in otto colori e due dimensioni (in alto). E' un progetto, parte del più vasto di Fide, che ha l'obiettivo di raccogliere entro il 2025 un miliardo di bottiglie. Per un orologio si usano 85 kg di plastica, cioè 3 bottiglie. Sono in Econyl, nylon ottenuto dal riciclo di rifiuti plastici marini, gli occhiali di Quoise Eyewear, con nomi di pesci e colori fiou. Eco Eyewear linea di Modo Eyewear, per i suoi occhiali usa materiali riciclati come i metalli e le plastiche marine o il bio acetato. In questa avventura eco si è unita all'associazione Trees for the future e per ogni occhiale venduto viene piantato un albero.

diventati due per l'Earth Month 2022. Tombolini, guru della moda maschile, per la Giornata della terra ha creato una giacca-camicia al 100% biodegradabile: in filati organici e decomponibile in modo naturale, bottoni, etichette e grucce comprese. Al 100% eco-

romania in suede sostenibile, dettagli in cuoio riciclato, fodera in fibra di bamboo, soles in lattice, stringhe in cotone naturale, sottopiede in fibre ricavate dal Kenaf e packaging in materiali riciclati. Tomaia in eco jeans textile, fodera in eco stretch fabric e una lavorazione con meno del 65% di acqua rispetto alle tradizionali per Mojito Planet Denim, la scarpa di Scarpa, azienda veneta leader delle calzature da montagna (in basso). Anche i gioielli possono contribuire a salvare il pianeta. Così il Giardino degli Angeli di Roberto Giannotti che con i suoi bijoux per bambini a forme di animali, cuori, fiori, contribuisce alla riforestazione nei paesi dove la raccolta selvaggia ha creato danni enormi.

22 Aprile 2022

Earth Day 2022: la moda si mobilita per la Giornata della Terra



La giacca è realizzata con filati 100% biodegradabili.

Tombolini

Il brand marchigiano di abbigliamento maschile presenta in occasione della Giornata Mondiale della Terra un pezzo chiave del guardaroba consapevole per lui: la giacca camicia 100% biodegradabile, un capo manifesto del progetto societario "Zero Impact". Il modello è realizzato con filati organici, forte di una produzione che fa leva sulla limitazione dei consumi di acqua e CO₂, e soprattutto è decomponibile in maniera naturale nella sua totalità, compresi gli accessori che lo compongono, come bottoni, etichette e grucce. Il capo è realizzato in pura lana vergine, con una fantasia a macro-check sui toni del grigio e del bianco.

GQ

9 Marzo 2022

Uma vontade de ir



PANORAMA

15 Marzo 2022

80 idee regalo per la festa del papà



Giacca biodegradabile Tombolini Zero Impact

SNOB
Non per tutti

21 Marzo 2022

MANIAC – tutto su Riki e le sue manie



Febbraio 2022

54 M F Magazine per Autunno

SEASONAL TIPS

Fall-winter 2022/23. Nuove proposte selezionate per ogni stile e occasione d'uso. Ecco i pezzi cult della prossima stagione. By Margherita Malaguti

BUSINESS CLASS	KNITTING TRIBE	WOODPECKER
 ALCANTARA BOUTIQUE	 MISSE	 C.F. GEMELLI
 L&M 1911	 WOODHOLE	 SANTON
 TOMBOLINI		 LINDENLARK
		 PEOPLE OF SABELLA
 MISSE	 PINA STRAZZINI	 PAGANO

Journal du Textile

Febbraio 2022

MONDE/ITALIE  17

Les acheteurs aiment les contaminations entre le sport et le classique

Certains se dégoûtent. Ce sont les deux grandes tendances de l'hiver 2021-22 qui sont déclarées dans un reportage de l'équipe de journalistes italiens de l'agence de presse P.M. C'est par exemple la coexistence dans une même pièce de vêtements sportifs et classiques. Le monde (P.M.) développe à l'échelle mondiale des produits destinés en fait à deux publics, et à l'occasion, sans pour la surproduction, applique la dimension de la création qui relie des canons rigides et des goûts modernes tout deux pour une collection tout à la fois classique et urbaine qui vise les boutiques premium.

lavables en machine, en laine et mélanges de polyamide stretch, sont pensés pour affronter les salles de sport comme les trottoirs des grandes villes. ■ P.M.

en velours. De son côté, Tombolini parie sur Tmb, un label dédié au sport, tout en respectant les canons de l'élégance: les costumes



TOMBOLINI
UNO CLASSICO D'INVERNO.
P.M. Lancia, l'azienda che ha
creato il brand. 2021-22
sottilemente guidato dal
collezionista sportivo.



IL GUSTO DI UNO CLASSICO D'INVERNO.
P.M. Lancia, l'azienda che ha
creato il brand. 2021-22
sottilemente guidato dal
collezionista sportivo.

Febbraio 2022

FORMALE MA... RILASSATO



▲ LIGHT BUSINESS
Estrema leggerezza e massima vestibilità: si fonda su questo binomio imprescindibile la collezione sartoriale Zao Savvy di **Tombolini** alla quale appartiene la giacca a camicia color panna in morbido tessuto 100% lana vergine (750 euro).

100% lana vergine (750 euro).



◀ NUOVE SCELTE
Cerchi un'alternativa altrettanto di classe alle stringate? Le scarpe in pelle scamosciata mai come fondente con intagli laterali e con la para-bianca in gomma a contrasto staranno bene anche con l'abito. Di **Premiata** (395 euro).



▲ PRATICAMENTE MODERNO
È caratterizzato da lavorazioni geometriche dall'effetto tridimensionale l'astuccio in pelle porta documenti con tasca interna imbottita Dux Lavor Cas da portare a mano o da tenere in borsa o nello zaino. **Calicanto** (499 euro).

GODITI LA VITA
Un uomo elegante vestito di bianco cammina a piedi nudi sulla spiaggia bagnandosi l'orlo dei pantaloni. È al chiaro di luna con una fiute di champagne in mano per brindare con la bellissima donna appena conquistata ad una festa nascosta, sul ricordo della dolcezza di un incontro e con l'ebbrezza dell'amore, la fragranza fiorita fruttata J'Sus Sacs di **Jacques Zolty** che prima elettrizza con un accordo di pepe rosa e cassio poi conquista con il cuore di rosa e champagne e infine si scaldà con il muschio bianco e l'ambra (100 ml, 115 euro).

FOR MEN magazine 44 101

FOR MEN

MAGAZINE

Febbraio 2022

Men's Look

✓Abiti ✓Accessori ✓Bellezza

► Mai arrendersi!
Il culto di un corpo ben scolpito campeggia sulla fantasia d'ispirazione neoclassica dai toni vivaci della tuta in versione short di **Bikkembergs**.

► Oltre ogni barriera
La versatilità di capi dall'uso multi-tasking si sposa con tessuti di carattere, dal forte ispirazione work-wear proposto da **Outthere**.

► Non sottovalutare il comfort di un capo sportivo! Per prestazioni senza pari, estremamente vitali.

► Distensione sartoriale
Leggerissimo e dalla massima vestibilità l'abito color panna Zero Gwynn di **Tombolini** risulta ancora più comodo grazie alla pratica giacca a camicia.

► Prestazioni all'avanguardia e stile facile da indossare: il mondo dell'utility non delude mai il senso pratico.

► Impara l'arte del barbiere. Con i prodotti più adatti e un po' di tecnica sarà uno scherzo. Liscio o barbuto sei solo tu che decidi il tuo stile!





01 Febbraio 2022



01 Febbraio 2022

*** Lorena ha una grande scolarità, ed è come la immaginavo. Quando ho una sensazione, di solito, mi viene confermata dalla realtà».

D. E nelle serate successive?
R. «La terza sera ci sarà Drusilla Foer, che ho conosciuto meglio leggendo il suo libro, *Tu non conosci la verogaga*. Ho voluto rendere omaggio alla sua intelligenza, al suo coraggio, al fascino del teatro, che Drusilla rappresenta con tanta grazia e sentimento. Non ho pensato a polemiche inutili - quelle mi scivolano addosso - l'ho scelta perché era perfetta per il mio racconto. Venerdì ci sarà Maria Chiara Giannetta, che ho avuto ospite ai *Soliti ignoti* per promuovere la serie *Blanca*: un'attrice spontanea, naturale, la ragazza della porta accanto. E, infine, Sabrina Ferilli. Ci avevo già pensato in passato perché è una donna di grande ironia e intelligenza, bella e travolgente che, grazie anche a *Ti si que vaies*, è amata molto sia dai grandi, sia dai bambini».

D. Non ha scelto nomi scontati, e non ha scelto due donne per tutta la settimana, come da tradizione...
R. «Mi piace stupire gli altri e anche me stesso. Avere più donne sul palco mi permette di raccontare ogni sera una storia diversa. Non le ho scelte, come qualcuno ha scritto, per essere "beato fra le donne"».

D. perché l'unica donna per sempre è sua moglie, Giovanna.
R. «Sì, anche se non ha mai pre-



Saremo (Imperia). Ornella Muti con Amadeus, che affiancherà la prima sera, martedì 1 febbraio. Sotto, foto di gruppo del team: da sin., Drusilla Foer, Maria Chiara Giannetta, Amadeus, Lorena Cosarini, Ornella Muti e Sabrina Ferilli ci ricordano che sarà la 72ª edizione.

RACCONTEREMO CINQUE STORIE



sentato Sanremo (ride, ndr). Sul palco mi piace cambiare, ma nella vita amo una sola donna, lei».

D. Come sarà il suo terzo Festival?
R. «Il cast, forse, è fra i più belli di sempre: ci sono tanti nomi che, messi insieme, hanno vinto un sacco di Festival e venduto milioni di dischi».

D. In alcuni giovani, nei precaduti abbiamo sentito un uso massiccio di autotune ed elettronica.
R. «Quando entrò all'Ariston e vidi un'intera orchestra che ti accompagna, l'autotune lo abbassi al minimo, solo per dare un'impronta, un effetto. Per me è uno strumento della voce, ma nessuno ne ha abusato».

D. Qualcuno ha criticato la presenza in gara di una cantante spagnola, Ana Mena.
R. «Si dimenticano, tanto per fare un nome, un certo Luis Miguel, messicano, che arrivò secondo nel 1985 con *Notte ragazzi* di oggi. È il Festival

dalla canzone italiana nel mondo, è giusto che ci siano artisti stranieri in gara che cantano in italiano».

D. Nella serata delle cover ci saranno anche brani stranieri: Elisa, per esempio, canterà (e ballerà) *What a Feeling*, tratta da *Flashdance*.
R. «Dando come linea "Canzoni Anni 60-70-80-90" abbiamo incluso brani italiani e internazionali, visto che ci sono stati grandissimi successi anche stranieri. Perciò ho lasciato ai cantanti massima libertà di scelta».

D. Quali sono i luoghi, gli angoli di Sanremo ai quali è più affezionato?
R. «Nell'hotel in cui vado (il Globo, attaccato all'Ariston, ndr), ho sempre la stessa camera, dove mi raggiungono per il Festival Giovanna e nostro figlio, José Alberto. Quando entro, mi sento a casa. In città mi accolgono tutti come un amico, i negozianti scendono a darmi il "benvenuto". E poi mi piacciono il



Una piace a tutti, l'altra è la ragazza della porta accanto

Amadeus con Sabrina Ferilli, che sarà con il conduttore nella serata finale del Festival, quella di sabato 5 febbraio. A dx., Maria Chiara Giannetta, protagonista di recente della serie di Raiuno "Blanca" e, dal 2018, di "Don Matteo"; sarà sul palco venerdì 4 febbraio, la serata delle cover.

foyer dell'Ariston, le poltrone... passo tante ore dentro il teatro, non voglio perdersi niente».

D. Che cosa l'ha portata ad accettare il terzo Sanremo, dopo avere saltato tutti un anno fa?
R. «Probabilmente il fatto di non volere chiudere con il teatro vuoto. Ho iniziato con il Sanremo dell'assembriamento e non volevo che l'ultimo fosse ricordato con i palloncini al posto del pubblico. E poi cantanti e discografici mi hanno dimostrato affetto, dicendo: "Speriamo che tu faccia un altro Festival"».

D. Lei è stato per anni una promessa, ora è una certezza. Cosa le ha permesso di fare il salto di qualità?
R. «Credo il fatto di avere ***



UNA SFIDA AI PREGIUDIZI

Ogni mia scelta è una scommessa

*** preferisco condurre programmi quotidiani piuttosto che prime serate per tanti anni. Perché divenni uno di famiglia. E poi è un grande allenamento. Vivo il mio mestiere senza ansia, sono come il ragazzo che faceva il ricattapalle e adesso gioca in Nazionale».

D. Ha perdonato Gianni Morandi, come fece con Fedez un anno fa, per aver pubblicato alcuni secondi del brano inedito...
R. «Sono peccati veniali, ingenuità. Il regolamento dice che un brano dev'essere inedito, ma, se per un errore qualche secondo della canzone finisce in una storia sui social, senza che te ne accorga, non posso accanirmi. C'è il desiderio di mettere le persone alla gogna, dimenticando che dietro una canzone c'è un progetto, un lavoro, un investimento. E non è per il nome: lo avrei fatto con chiunque, così come l'anno scorso

Sanremo (Imperia). Amadeus con Drusilla Foer, sul palco la terza sera, giovedì. In alto, a sin., Lorena Cosarini, conduttrice della seconda serata, quella di mercoledì. La Cosarini è stata insultata sui social per il colore della sua pelle, Drusilla è stata attaccata da un senatore della Lega che ha parlato di "svolta Lgbt" del Festival.

so ho difeso Irama che è finito in quarantena perché un componente del suo staff era positivo al Covid. C'era chi chiedeva la spallifica, ma che colpa ne aveva lui?».

D. Pensavamo che, in questi tre anni, sarebbero passati a trovarla al Festival gli amici con i quali ha iniziato a Radio Deejay (Gerry Scotti, Jovanotti, Fiorello), ma, finora, si è visto solo Fiorello. Perché?
R. «Perché forse sarebbe stato troppo scontato. E poi è venuto Rosario, con lui siamo come fratelli. Ma l'amicizia non può mai farsi sentire in dovere di fare una cosa. L'amicizia presuppone che le porte dell'Ariston siano spalancate, lasciando libero chi

vuole di venire. Il mio messaggio è: "Sappi che io faccio questa cosa, se vuoi essere puoi chiamarmi anche un minuto prima"».

D. Ci sono stanzette prenotate?
R. «Tengo sempre delle camere da parte per qualunque sorpresa. Mi costano un po' ma sono felice di farlo (ride, ndr)».

●
 © Riproduzione riservata

L'OFFICIEL

07 Febbraio 2022

Le proposte moda uomo per il
San Valentino 2022

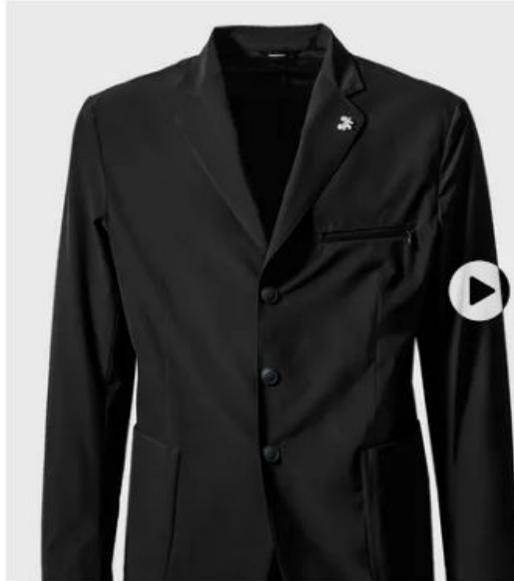
TOMBOLINI



PANORAMA

10 Febbraio 2022

San Valentino: oltre 100 regali per stupire



TMB Running di Tombolini

LA CITTA'

10 Febbraio 2022

Le tendenze per l'uomo che verrà viste al Pitti: l'outfit genderless e sostenibile

La manifestazione a Firenze leader per la moda maschile

Chi pensava ad un **Pitti** sottotono si è dovuto ricredere. In tanti sono accorsi a Firenze ad ammirare la moda uomo del prossimo inverno che punta sul colore e sul rilassato in chiave formale. Giacca sì, ma in maglia, pantaloni over, nulla di costretto, ma con uno sguardo rilassato che punta al **genderless**. I colori fanno eco alla natura: blu lacustri e verdi dei prati, marrone dei boschi, arancio dei tramonti. Sartorialità, ecosostenibilità e tecnologia sono le parole d'ordine da **Tombolini** che presenta le collezioni *Tombolini zero gravity* e *Tmb running* pensate per un consumatore elegante e dinamico. La moda maschile sta vivendo una vera e propria svolta **green**, dovuta non soltanto a una maggiore richiesta da parte dei consumatori, ma pure ad una necessità delle aziende di rendersi più sostenibili, scoprendo nuovi materiali e processi produttivi. Per l'autunno-inverno 2022-23 le silhouettes del tailoring sono non convenzionali: si ammorbidiscono, oltrepassano il concetto di volumi aderenti e costrittivi per donare respiro al corpo, proteggendolo sempre e comunque in un morbido guscio di calore. E spesso e volentieri sono pensate per essere indossate da lui e da lei, abbracciando la tendenza **genderless**.



Esquire

16 Febbraio 2022



VANITY FAIR

02 Febbraio 2022

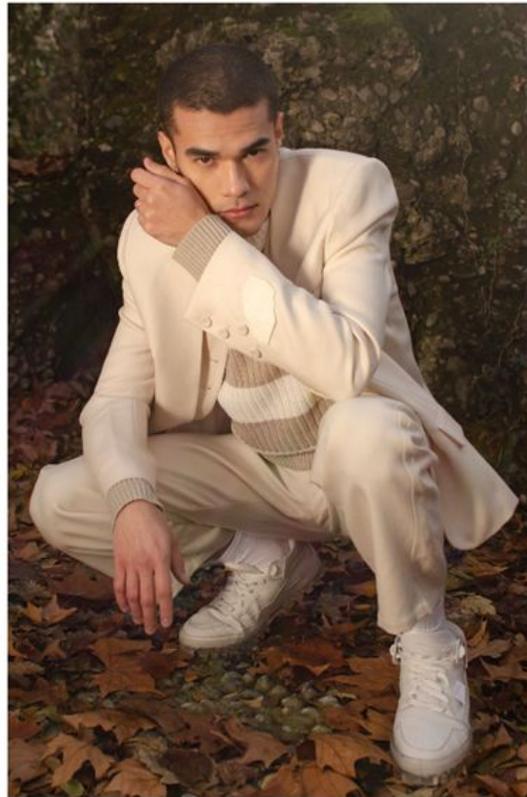
*Pagina accanto,
per lei: blazer
in tessuto
tecnico riciclato
e pantaloni,
Tombolini.
Per lui: completo
in lana super
leggera,
**Tombolini Zero
Gravity.** Foulard.*



KALTBLUT.

13 Gennaio 2022

The Noble Savage



ICON

Gennaio 2022

The Noble Savage

CHOICES

APPROCCIO ULTRA
LIGHT A UNA NUOVA
IDEA DI COMODITÀ

p74

14

Omaggio a leggerezza e sartorialità in un abito ad alto comfort.

Anima marchigiana e dna sartoriale, da oltre 50 anni, Tombolini, per la nuova stagione, riconferma i capisaldi della lunga tradizione del marchio con la collezione Tombolini Zero Gravity: netta dichiarazione del suo heritage attraverso abiti sartoriali. Un approccio stilistico che celebra la comodità e la leggerezza dei tessuti con giacche ultra light in jersey, cotone e lino e crêpe e cashmere leggerissimi lino in capo. E grazie al progetto Zero Impact, il prodotto è completamente biodegradabile ed eco-sostenibile.





@dimartinoofficial





@todaroraimondo





@stefanocorti85





@stefanocorti85





@stefanocorti85





@stefanocorti85



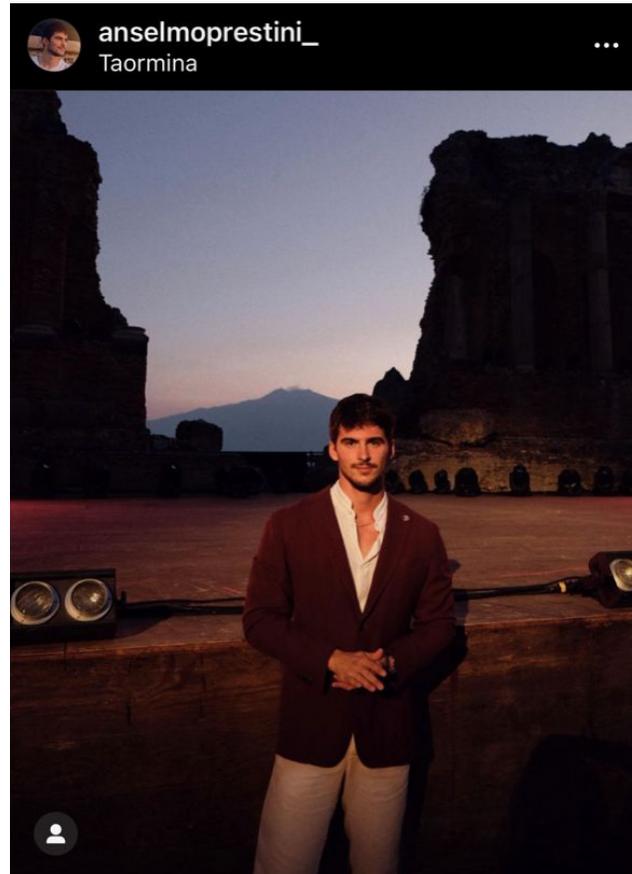


@mecontrote





@anselmoprestini





@paolinoruffini

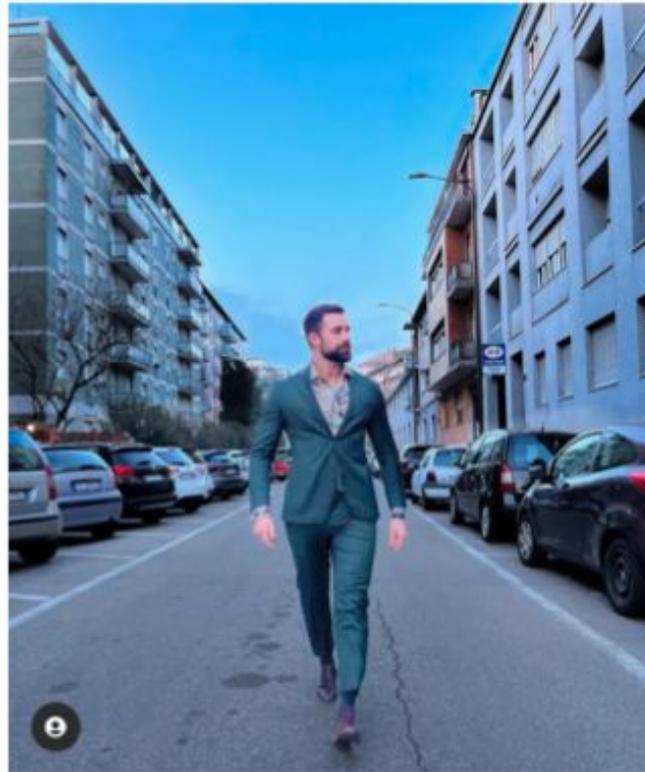




@notordinarychef



notordinarychef





@simonericcioni





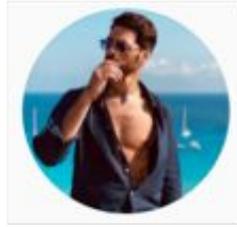
@paoloconticini





@paoloconticini





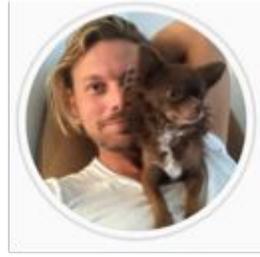
@giampiero.giambona





@manintownofficial





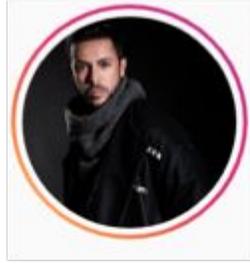
@silvestri_davide_ufficiale





@francesco_oppini_82





@liviobeshir





@francesco_oppini_82





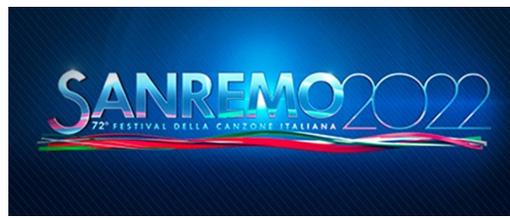
@alessandroegger





@alessandroegger







@modacorriere





@beaspediacci





@modaemotorimagazine





@benedettadefazio

SPAGHETTIMAG.



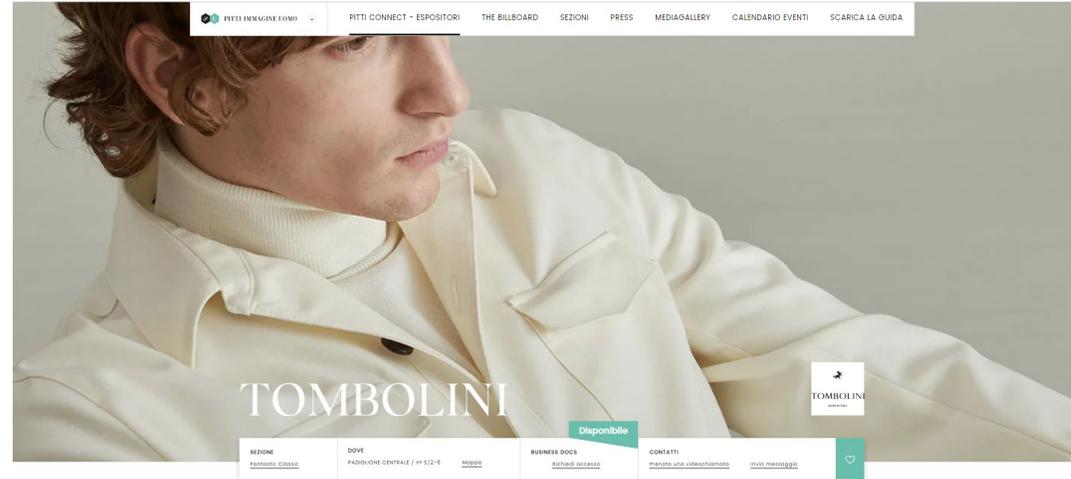


PITTI IMMAGINE UOMO

PITTI 101 PRESS REVIEW

11 - 13 GENNAIO 2022

GUITAR
COMMUNICATION AGENCY



Exhibitors Spotlight

Exhibitors Spotlight si concentra su una selezione di marchi che espongono a Pitti Uomo quest'anno, presentando le loro nuove collezioni e i progetti speciali.



uomo.pittimmagine.com



PITTI IMMAGINE UOMO



Brand Profile

www.tombolini.it

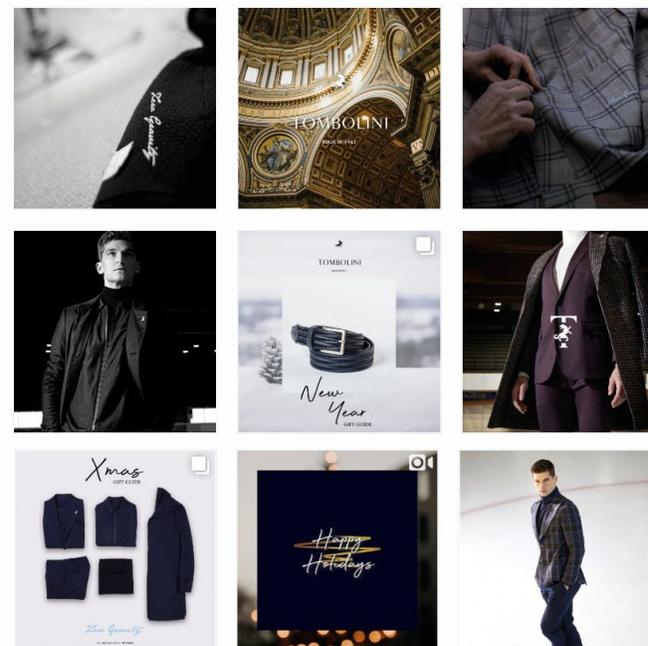
Il brand marchigiano, da oltre cinquanta anni sinonimo di stile sartoriale, sceglie la kermesse maschile fiorentina, in scena dal 30 giugno al 2 luglio 2021, per svelare le nuove collezioni S/S22 Tombolini Zero Gravity e TMB. All'interno delle proposte due speciali capsule sostenibili, con materiali organici e di riciclo. Una ripartenza corale e nel segno del Made in Italy. Tombolini prosegue nel suo piano

di investimenti per il rilancio, scegliendo la centesima edizione di Pitti Immagine Uomo per svelare le nuove collezioni Primavera Estate 2022. Il brand marchigiano, da oltre cinquanta anni sinonimo di stile sartoriale e in cui savoir faire e contemporaneità si traducono in un lusso moderno, sostenibile, dinamico e riconoscibile, sarà presente all'interno del salone internazionale.

IL PROFILO UFFICIALE

@tombolini_official

SEGUI









PITTI IMMAGINE UOMO

Tg2





◀ StudioAperto ▶





PITTI IMMAGINE UOMO

MEDIASET

TGCOM24



SILVIO CALVIGIONI TOMBOLINI Dir. commerciale e marketing Tombolini

Le fabbriche come luogo di creatività e bellezza: il messaggio di Tombolini

Il direttore commerciale e marketing del gruppo a Pitti Uomo 2022: "Essere qui è un messaggio, la fiera fisica è fondamentale per il nostro settore".







IMPRENDITORE

SILVIO CALVIGIONI

TGR



PITTI IMMAGINE UOMO

LA STAMPA

Tombolini: “La nuova frontiera del classico è 100% biodegradabile”

A Pitti Immagine Uomo il brand marchigiano dall'anima eco-responsabile presenta la capsule Zero Impact con capi biodegradabili, ecosostenibili e lavabili in lavatrice

ELENA DEL SANTO

11 Gennaio 2022 | Modificato il: 11 Gennaio 2022 | 3 minuti di lettura



Dettaglio di un abito della collezione Zero Gravity di Tombolini

Che la moda maschile stia guardando oltre la tradizione, pur senza rinunciare a un guardaroba ineccepibile, è ormai un dato di fatto. Complice forse la pandemia, l'eleganza si è fatta man mano sempre più informale e rilassata, il che non vuol dire che si debba stare in pigiama e pantofole, anzi. Partendo dai codici del classico si ricercano dettagli inediti, si sperimentano nuovi accostamenti. E anche la scelta dei tessuti diventa più attenta e “ragionata”, privilegiando fibre naturali, preziose e avvolgenti come alpaca e cachemire. Ma l'innovazione, quella vera, parla un linguaggio green. Lo testimonia in questi giorni Pitti Uomo, la rassegna fiorentina sulle tendenze dell'autunno/inverno 2022-23, che con un «capitolo» dedicato alla sostenibilità mira a sovvertire completamente il concetto secondo il quale la moda responsabile faccia rima con moda senza stile. Come dire che nell'abbigliamento e negli accessori dai requisiti produttivi a basso impatto, tessuti certificati, recuperati, riciclati e ibridi sperimentali, il motore rimangono comunque la creatività e il design.



Giacca biodegradabile





LA STAMPA

Tombolini, ad esempio, è riuscito a mettere d'accordo sartorialità, ecosostenibilità e tecnologia: a Pitti lancia la collezione Zero Gravity, espressione di leggerezza in un mélange di lane stretch, cashmere e seta, e la capsule Zero Impact che esalta l'attenzione all'ambiente con l'abito antibatterico l'abito biodegradabile. Se la qualità è sempre stata uno dei capisaldi dell'azienda marchigiana, che ha portato la sua eleganza formale e rilassata in tutto il mondo, con Silvio Calvigioni Tombolini - 37 anni, terza generazione alla guida dell'impresa di famiglia e nipote del fondatore - si è fatto un passo avanti sul fronte dell'innovazione: «Puntiamo sulla qualità, innovazione e investiamo molto in ricerca» dice il manager.

Com'è cambiato il guardaroba maschile nell'era del Covid. In un mondo in cui viene esaltato il comfort e l'eleganza si fa più rilassata, il formale sopravvive?

«In epoca di pandemia e con lo *smart working* le nostre collezioni sono state contaminate da modelli sportswear a cui abbiamo applicato tessuti di alta tradizione sartoriale. Abbiamo implementato i servizi aziendali per essere veloci e dinamici nel rispondere alle richieste dei nostri clienti, in particolare con la collezione TMB Running, fatta di capi realizzati con stoffe riciclate. Siamo molto attenti alla sostenibilità con i nostri capi lavabili in lavatrice e con la capsule di abiti biodegradabili. Questa è la nuova frontiera del classico. Per noi i nuovi valori di artigianalità, ecosostenibilità e pregio dei tessuti sono le basi di un guardaroba contemporaneo di lusso dove ciascun capo è il nostro pezzo preferito e dove ogni aggiunta è ragionata».



Silvio Calvigioni Tombolini, 37 anni, terza generazione alla guida dell'impresa di famiglia,





LA STAMPA

Sartorialità e tecnologia come possono essere coniugati assieme, quali i punti di incontro?

«Da sempre la nostra sartorialità si incontra con le più avanzate tecnologie per realizzare collezioni high tech come la linea Zero Gravity e la collezione più sportiva TMB Running per capi all'avanguardia e comodi da indossare. Il nostro forte legame con il territorio e con le persone esprimono al meglio tradizione e sartorialità della manifatturiera italiana attraverso uno studio del prodotto focalizzato sulla ricerca continua di uno stile unico, sulla cura del dettaglio e sulla scelta degli accessori. Puntiamo sulla qualità, innovazione e investiamo molto in tecnologia e in ricerca».

I tessuti hanno ormai assunto un ruolo determinante, voi presentate Zero Gravity....lo dice il nome...leggerezza?

«Per noi il progetto Zero Gravity rappresenta questa stagione il ritorno e la necessità del buongusto di un classico innovativo. Siamo sicuri che la collezione realizzata con i migliori materiali per dare più valore al capo sarà apprezzata dai clienti top. Abbiamo realizzato l'abito più leggero al mondo, *the lightest suit in the world*»



Cappotto Zero Gravity realizzato con tessuti leggeri, lane stretch e cashmere

Uno dei vostri ultimi progetti è la capsule Zero Impact con capi 100% biodegradabili.

«Con Zero Impact abbiamo portato avanti un progetto eco-sostenibile, i capi sono realizzati con filati naturali e persino gli accessori che lo compongono come il filo per cucire, i bottoni, la gruccia e le etichette sono green e biodegradabili. La linea Washable, lavabile in lavatrice realizzata con tessuti e tecniche innovative, fa parte del nostro progetto Zero Impact. La grande attenzione alla sostenibilità parte quindi dalla continua ricerca del nostro ufficio prodotto e invade anche la nostra collezione più sportiva TMB Running, dove utilizziamo tessuti tecnici anche riciclati e riciclabili».

Incuriosisce l'abito realizzato con materiali antibatterici.....

«Ormai sono diverse stagioni che realizziamo abiti e giacche Travel con tessuti antibatterici, 100% lane purissime sempre lavabili in lavatrice così da porre attenzione al consumatore finale che viaggia».

Quale il vostro prossimo passo in tema di moda e sostenibilità?

«Zero Impact per noi è un progetto per la salvaguardia del nostro pianeta. Le tecniche produttive sono molto avanzate e puntiamo a limitare sempre di più i consumi di acqua e CO2. Per noi ogni momento è un nuovo inizio. L'azienda si è posta come obiettivo di diventare green, per diminuire al massimo le dispersioni energetiche e sta continuando questo percorso con l'inserimento di pannelli solari per diventare ecosostenibile al 100%».

Stiamo cercando di uscire dal tunnel....un evento come Pitti può segnare una sorta di ripartenza nel mondo della moda?

«Da sempre partecipiamo alla manifestazione di Firenze Pitti Uomo perché riteniamo fondamentale il contatto fisico, diretto con i nostri buyer e consumatori finali. Il Pitti è la fiera più importante al mondo per la moda maschile, dove possiamo raggiungere e far conoscere i nostri prodotti in tutto il mondo, quindi rappresenta per noi una delle grandi possibilità per poter sviluppare business e attrarre nuovi partner».

Parlando di business, per il 2022 quali i vostri progetti?

«Stiamo sviluppando una politica retail che procede verso l'internazionalizzazione del brand con boutique inaugurate a Doha in Qatar, ad Almaty in Kazakistan e in Vietnam. L'operazione si inserisce nell'ottica di un'espansione territoriale che punta su mercati come Stati Uniti, Russia, Asia e Medio Oriente. Un altro obiettivo è avanzare con quote di mercato significative per la collezione donna Tombolini che ha dei segni stilistici molto forti ed è basata sullo studio di una modellistica ingegneristica. Siamo pronti ad affrontare le sfide che ci attendono per il nostro futuro insieme alle nostre maestranze e ai nostri valori. Siamo molto legati alle Marche, al territorio italiano e alla tradizione, e vogliamo esportare in tutto il mondo il nostro know-how e il nostro patrimonio di competenza. Le Marche, la nostra terra è un concentrato dell'Italia. Come scrisse mio nonno più di 50 anni fa: *Il futuro ha radici antiche*. Per noi rappresenta una linea guida molto importante».



CORRIERE DELLA SERA

Zero scarti, zero impatto

DA UNO DEI NOSTRI INVIATI

FIRENZE Green pass, mascherine Fipa, verifica della temperatura. Ma Pitti Immagine 104 c'è, nonostante tutto. L'atmosfera è stimolante, l'affluenza superiore alle aspettative.

«Mi fa piacere che ci siano qui oggi tante persone con la cravatta, però di fatto sulla cravatta siamo sotto ancora del 40-45% rispetto all'anno passato. La camiceria ne soffre relativamente, ma ci sono segmenti come la maglieria e tutte le aree dello sportswear che invece sono già cresciute l'anno passato e si sviluppano ancora benissimo». Sergio Tamborini, presidente di Sistema Moda Italia traccia la mappa delle conseguenze di due anni di Covid e lockdown. Una sintesi perfetta delle collezioni autunno inverno 2022 tra i circa 550 espositori — un buon 90 per cento di quelli

1 Ragazzi al Pitti con il plumone di Ecoalf con la scritta «Because there is no Planet B»
2 Due look della collezione Alpha Tauri dal nome The Futuristic Acoustics
3 Save The Sea

4 L'abito in tessuto stretch camouflage di Tombolini

Piacenza
Cashmere 1773
5 Un look a lana



A Pitti maglie no-spreco e abiti biodegradabili. L'affluenza degli operatori supera le aspettative, «ma al decina di miliardi di

previsti — «che hanno accettato la nostra sfida. In parte la ripresa c'è stata — rassicura — ma alla moda maschile manca ancora una decina di miliardi per arrivare ai dati pre-pandemia», avverte.

La moda deve essere pronta ad accettare le nuove sfide. Dal metaverso alla comunicazione virtuale. È naturalmente quella della sostenibilità, che deve farsi sostanziale. Con il riciclo che entro il 2025 diventerà necessità ed è per questo che Tamborini annuncia la costituzione di un consorzio tra produttori che farà da ponte tra il mondo a valle (i produttori) e quello a monte (i tessitori) per una dinamica circolare.

La moda più rispettosa a Pitti è bella e piacevole da indossare. La spagnola Ecoalf presenta la capsule 1.0 Premium nata dopo 12 anni di ri-

cerché e sviluppo, no logo e minimale, per non subire le mode; ha fornito i plumoni ai ragazzi di Pitti che si aggirano con la scritta «Because there is no Planet B» sulla schiena.

Di fronte, l'italiana Save the Duck, anche lei Bcorp, festeg-



gia i 10 anni con imbottiti dai bei colori polverosi opachi che resistono a meno 20 gradi. Il mantra è «funzione e innovazione». Alpha Tauri presenta la maglia no spreco realizzata con la macchina Shima Seiki, senza cuciture e senza un centimetro di scarto. Colore? Viola. Tombolini mostra la giacca in lana check zero gravity e zero impatto: tutta biodegradabile, compresi bottoni, etichetta, gruccia... Maria Silvia Pazzi di Regenesi ha creato divertenti borse resistenti con il numero della bottiglie riciclate che diventa logo. «Indossare l'oceano» si legge sullo stand di Paul & Shark: la maglia ibrida è realizzata con filato Typhoon Save the Sea, da plastica recuperata in mare. Anche Colmar lancia la linea sostenibile che propone tessuti biodegradabili, riciclati o riciclabili.

La metamorfosi è suggestiva. La metafora è suggestiva.

re? Viola. Tombolini mostra la giacca in lana check zero gravity e zero impatto: tutta biodegradabile, compresi bottoni, etichetta, gruccia... Maria

In queste settimane, come sotto linea il sindaco di Firenze Dario Nardella alla cerimonia d'inaugurazione, che ha visto la presenza anche del generale Pietro Serino, capo di Stato Maggiore dell'Esercito. E dopo aver chiesto un minuto di silenzio per la scomparsa prematura di David Sassoli («grande fiorentino»), spiega che Pitti rappresenta un momento di speranza per spingere avanti la ripresa. «Il nostro Pil è sopra al 6%, e quello toscano arriva al 7 — aggiunge il presidente della Regione Eugenio Gianì — E questo anche grazie ai comparti cibo e moda».

Maria Teresa Veneziani
17/20/2021

Negozi e ospitalità

Firenze una vetrina aperta sul mondo

di **Serena Tibaldi**

La pandemia non scoraggia i brand. E la fiera diventa un volano per bar, ristoranti e boutique. Ecco tutte le inaugurazioni

Il ridimensionamento del calendario di Pitti Uomo, a causa dei contagi, non ha colpito gli eventi collaterali organizzati dai brand in concomitanza con la fiera. Anzi, era da tempo che non si vedevano tante inaugurazioni di locali, boutique e ristoranti tutte assieme. La verità è che, anche sottotono, Pitti resta una cassa di risonanza unica.

Gucci presenta in questi giorni in maniera informale – la vera apertura sarà nelle prossime settimane – la nuova aggiunta al Gucci Garden, lo spazio espositivo/boutique/osteria in piazza della Signoria: si chiama Gucci Giardino 25, ed è un caffè e cocktail bar in funzione dalle otto di mattina all'una di notte. I decori del locale si ispirano al fioraio che un tempo occupava gli ambienti, e la sua gestione è affidata a Martina Bonci, mixologa molto quotata. Pensando alla quantità di gente che affolla regolarmente il Gucci Garden, è facile predire il successo del progetto.

Un altro pilastro della moda cittadina è Salvatore Ferragamo, che ha appena inaugurato una nuova sala de Il Borro Tuscan Bistro, ristorante di famiglia sul Lungarno degli Acciaiuoli con filiali a Londra e a Dubai che deve il nome all'omonimo resort a cinque stelle nella campagna toscana di proprietà della famiglia. E, proprio come accade con le linee di moda, nel bistro si possono acquistare i prodotti firmati Il Borro, dalle farine al vino. A chilometro zero.

Restando in tema di ospitalità, ieri è stata presentata la terrazza di Luisaviaroma, la storica boutique punto di riferimento dello shopping globale. L'arredo dello spazio in via Roma, concepito come una zona relax per i clienti, è stato curato da Cassina ed è già stato annunciato che nel 2023 sarà interamente rinnovato. Infine, parlando di negozi, va segnalato il nuovo store di Dior Men in via de' Tornabuoni, dedicato alle collezioni maschili della maison; la sua apertura risale allo scorso autunno, ma Pitti è stato l'occasione perfetta per il suo debutto "ufficiale".

IPRIS/AGENZIA VO SPVATA



▲ Anteprima Il Gucci Giardino 25



▲ Roy Roger's ▲ Sere The Duck ▲ Husky Original



▲ Tela Genova ▲ Lorenzoni ▲ Brella



PITTI IMMAGINE UOMO

Il Sole

24 ORE

Moda 24

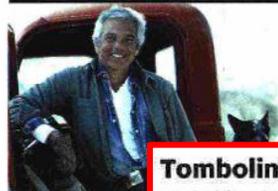
Speciale Pitti Uomo 2022

«Quando creo una collezione, lo faccio con un punto di vista cinematografico. Non sto disegnando vestiti, sto creando un mondo»

Ralph Lauren.
Lo stilista è molto legato al mondo country e outdoor



Handpicked.
Cinque tasche Ravello. La realizzazione conta un centinaio di passaggi, la maggior parte dei quali a mano



Tombolini.
Total look della collezione TMB Running: abito e t-way in tessuto tecnico stretch camouflage



Panchic.
Patacchino P01 in suede color petrolio con lacci gialli a contrasto





PITTI IMMAGINE UOMO



Espansione

TOMBOLINI PORTA IL MADE IN ITALY A DOHA

L'azienda marchigiana prepara l'apertura di un monobrand nella città del Qatar. Presentato il progetto green Zero impact a favore del pianeta

Fra i marchi presenti a Pitti ci sarà anche il brand di Urbisaglia (Macerata) **Tombolini**, azienda che fa del Made in Italy il suo punto di forza e che si è distinta negli anni per la forte espansione all'estero. La produzione, secondo quanto riferisce l'azienda marchigiana, è destinata per il 70% al mercato europeo, di cui il 45% all'Italia e, per il resto, ai mercati del Medio Oriente, Nord America, Sud America e Australia. A **MFF Silvio Calvigioni Tombolini**, direttore commerciale, marketing e comunicazione del brand ha spiegato le ambizioni del marchio.

Che tipo di prodotti esporrete a Pitti?

Sartorialità, ecosostenibilità e tecnologia queste le parole chiave per la collezione fw 22 che presenteremo a Pitti. Si torna quindi a Pitti uomo per presentare le collezioni Tombolini, la Zero gravity e Tomb running, in particolare la linea Zero impact composta dall'abito Washable, realizzato con tessuti e tecniche innovative. L'innovazione è stata possibile grazie all'utilizzo di fibre naturali ed organiche. La nostra storia e

know-how si riflettono nel fascino dell'expertise artigianale, dando vita a capi unici per tecnica e cura del dettaglio in tessuti camouflouge e presenteremo l'abito realizzato con tessuti ryc, riciclati e riciclabili.

A livello di strategia commerciale, quali sono gli obiettivi per il 2022?

Attualmente la politica aziendale è quella di rappresentare in maniera innovativa e contemporanea la qualità delle nostre collezioni e la storia della nostra azienda.

Pensate di espandervi e acquisire qualche marchio?

Vogliamo aumentare la nostra presenza nei principali negozi multibrand e mall in tutto il mondo con l'apertura di due monobrand ad Almaty e Doha. **Quali sono i progetti per i mesi avvenire?**

Abbiamo presentato un nuovo progetto che si chiama Zero impact per la salvaguardia del nostro paese ponendo molta attenzione all'ambiente e una produzione verde, con uno sguardo rivolto al futuro. (riproduzione riservata)

Riccardo Belardinelli



Un look Tombolini



CORRIERE FIORENTINO

C

CLASSICO



L'abito prima di tutto
E il mito Miles Davis

Lo stile elegante di Caruso. Con un po' di irriverenza

Quale futuro per l'abito da uomo? «È già tornato di moda, sia come reazione ad un abbigliamento da lockdown, per stanchezza da felpa e coulisse, sia come eccellente espressione di gusto, di scelta di stile; distinguendosi per forma, colore e fantasia dalla divisa». Parola di Marco Angeloni, Ceo del marchio Caruso, che arriva in Fortezza al Padiglione Centrale come special event di Pitti su presentando la collezione «Caruso — Chic in Motion» ispirata alla personalità, allo stile e alla musica del mito jazz Miles Davis. «Durante i giorni della fiera mostreremo la fresca evoluzione del nostro marchio a giornalisti, clienti, colleghi, fornitori, amici. Sono estremamente fiero e grato a Pitti per la fiducia, il supporto e la vera e propria partnership fiorita in momenti difficili». Obiettivo dell'evento è infatti «rivelare l'evoluzione dello stile Caruso, che forte di un know-how manifatturiero unico al mondo e rispettoso di una qualità senza eguali, sta coraggiosamente innovando nel mercato più difficile, quello della sartoria; introducendo sperimentazione di materiali, colore e forme nuove. Il nostro uomo non ama gli eccessi della moda ma ha voglia di esprimere il suo raffinato punto di vista giocando e adattando al suo stile di vita le regole del bel vestire, con nonchalance ed un pizzico di irriverenza. E non scende a compromessi in termini di qualità di ciò che indossa. Questo consumatore una volta più concentrato in Italia e Giappone (i nostri mercati principali) oggi non ha confini e lo stiamo incontrando tanto in Europa quanto in America e sempre più anche in Cina».



Primo piano
Marco Angeloni, Ceo di Caruso

compromessi in termini di qualità di ciò che indossa. Questo consumatore una volta più concentrato in Italia e Giappone (i nostri mercati principali) oggi non ha confini e lo stiamo incontrando tanto in Europa quanto in America e sempre più anche in Cina».

L.A.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

1

Tendenza senape

Color senape, una tonalità che andrà molto di moda per il 2022, per il maglioncino della Alpha Studio, pietra miliare toscana nel mondo della maglieria da 35 anni.

A girocollo ideale anche sotto una giacca questo, con manica lunga, ha una lavorazione con motivo astratto ed è realizzato in lana e cashmere. I più freddolosi potranno anche abbinare un collo alto magari di un colore a contrasto.

Alpha Studio
Padiglione Centrale/Piano Inferiore S/10



10

Stiloso

Al caldo, con tanta eleganza. Il capo spalla del gentleman è il plumino che si fa stiloso nella versione immaginata da Herno. La maison del presidente di Pitti Claudio Marezzi presenta un modello bomber imbottito in piuma d'oca le cui tasche con impuntura ovale rappresentano già una unicità. Il risultato è un capospalla per chi ama un look rilassato ma pur sempre sofisticato.

Herno
Teatrino Lorenese/1



2

Nodi di classe

Pochi centimetri di stoffa e 20 centimetri di stile.



9

Elogio della morbidezza

3

Tra lana e seta

Sartorialità ecosostenibile, l'abito da uomo risponde alle nuove esigenze del consumatore attento all'ambiente. Il brand Tombolini ne ripensa così lo stile con la sua linea Zero Gravity composta anche da completi all'insegna di tessuti che sono melange di lane stretch, cashmere e seta e silhouette morbide. I colori sono chiari dal bianco al panna. La giacca si fa comoda come una camicia mentre il pantalone con coulisce ha l'elastico in fondo un po' come una tuta.

Tombolini
Padiglione Centrale/Piano Inferiore S/2-6





Quotidiano Nazionale



Qui a sinistra la presidente del Centro di Firenze per la Moda Italia Antonella Mansi. In alto, al centro, la creazione di Hedi Slimane, a destra le capsule di Tombolini in basso due borse "ciccolari" Regeneri



DALL'11 AL 13 GENNAIO PITTI IMMAGINE UOMO E BIMBO. IL TOP DELLA MODA ALLA FORTEZZA DA BASSO DI FIRENZE

TITOLO DELL'EVENTO 'REFLECTION': TRE AREE, 600 MARCHI

UOMINI E BRAND ALLO SPECCHIO VA IN SCENA L'INVERNO 22-23

di Eva Dealdiero

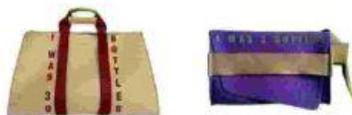
La moda allo specchio, per riflettere prima di tutto la realtà che oggi è fatta di preoccupazione per la situazione pandemica ma anche e soprattutto di voglia di ricominciare, di creare, di tornare a incontrarsi tra addetti ai lavori per fare il punto sul sistema moda italiano, per confrontarsi in strategie di riassetto e di rilancio. Con questo spirito, sul tema accattivante di 'Reflection' di questo Pitti Uomo 101 e Pitti Bimbo 94, che invade tutta la fiera da un'idea di Angelo Figus con le immagini del duo Narente, dall'11 al 13 gennaio ripartono i temi dello stile per l'inverno 2022-2023. E Firenze è la città della ripartenza, della sfida, del tutto è possibile se lo si vuole, in assoluta sicurezza. Cinque ditat per i visitatori con le norme verate dal Governo per tutelare gli imprenditori, i loro collaboratori negli stand, tutti i visitatori, e un presidio tamponi gestito con la Croce Rossa.

«Pitti Reflection incarna la volontà di interrogarsi, di andare alla ricerca di ciò che ancora non è stato svelato», racconta il direttore generale di Pitti Immagine Agostino Poletto impegnato nell'organizzazione delle misure anti-pandemia in Fortezza, insieme all'ad Raffaello Napoleone. Entrambi i manager hanno dovuto fronteggiare alcune disdette importanti, come quella di Brunello Cucinelli e alcune altre, per un 10% circa di forfait. Gli espositori di Pitti Uomo restano sempre 600, come pure i circa 200 di Pitti Bimbo. Uno sforzo titanico che pone la fiera fiorentina al primo posto per la ripresa del vivo delle fiere mondiali, poi verranno le sfilate maschili a Milano e ancora a Parigi. «Abbiamo deciso di non realizzare l'evento clou - spiega Raffaello Napoleone - prima di tutto per

la loro ripartenza. Con la Mani anche Claudio Lorenzi presidente di Pitti Immagine. Naturalmente gli ospiti dovranno esibire super green pass e tamponi secondo la legge. Sempre domani, prima del gala, alle 18 alla Manifattura Tabacchi convegno su 'La ripresa della moda passa da Firenze'.

In contemporanea al Giardino dei Semplici, l'antico Orto Botanico di Firenze, Rodo 1956 coi fratelli Gianni e Maurizio Dori, ad e direttore creativo del brand di borse di alta qualità, lanceranno la nuova collezione Rodo Uomo che affianca le linee donna. 'Creative By Nature/Luxury Brand + Fashion Makers', con oltre a Rodo, anche Filippo Furst e Mani del Sud e alcuni altri artigiani del lusso.

In Fortezza martedì, inaugurazione ufficiale della fiera a inviti nell'UniCredit Theatre. Poi via a caccia delle novità per il prossimo inverno negli stand. Gli eventi, tutti rigorosamente professionali, senza alcun cocktail. Tra questi, torna Husky al Casanigaglia, coi capi heritage rivisitati in modo contemporaneo da Saverio e Alessandra Moschillo, poi la capsule di calzature di Arthur Arbesser con Baldinini, e l'evento Cuoio di Toscana con l'artista Augusta 23. Sempre la sera dell'11 gennaio al Caffè Paszkowski debutta la collezione invernale di





PITTI IMMAGINE UOMO

LA STAMPA

GIANLUCA LO VITRO

Effortless, senza sforzo, e sostenibilità, sono i mantra della moda maschile per l'inverno 22/23. Lo confermano le anticipazioni di Pitti Immagine Uomo alla Fortezza da Basso di Firenze (11/13 gennaio). Titolo dell'evento allestito tra gli specchi, *Reflexions* (Riflessioni): per riflettersi e riflettere su una contemporaneità viepiù complicata dall'impennata dei contagi. Tanto che Brunello Cucinelli ha dato forfait e Ann Demme e meester ha rimandato a giugno l'evento speciale per i 40 anni del marchio.

La logica delle tre aree della mostra con 600 marchi, la dice lunga sullo spirito del tempo.

Fortemente Classico del classico evo. Manuel Ritz, Costola dell'ascolto: un mix di normale esportivo. E se la sezione *Dynasite Attitude* è dedicata all'outdoor, abiti comodi per vivere all'aria aperta, *Super-styling* anticipa le tendenze agender che infrangono i canoni di stagionalità, sesso ed etnia. Corollario della sezione *Sustainable Style* con i progetti dei giovani sulla sostenibilità. Insomma, le categorie del guardaroba cambiano, mescolandosi come tanti dogmi socio-politici. Al loro posto, uno stile menecio. «Lo definirei un pragmatismo illuminato - teorizza Francesco Morace, sociologo e mente del *Future Concept Lab* - con meno restrizioni rispetto all'epoca del lockdown e una maggiore voglia di coccolarsi unirsi». «Valore privilegiato, la sostenibilità», puntualizza l'autore del volume fresco di stampa, *L'alfabeto della Rinascita* (ed Egea): 26 storie di imprenditori esemplari.

Si compone un elegio al parka iper attrezzato e doppiato; adatto al clima imprevedibile. Non a caso Cristina Calori fondatrice del gruppo WP scommette su Filson che compie 125 anni: marchio americano celebre per il giaccone Mackinaw Cruise ora declinato per lui e per lei anche in motivi plaid (una copertina come Li-



1. Lo specchio d'altissimo chiave di Pitti Immagine Uomo. 2. Cotton loden di Schneiders Salzburg. 3. Bomber in velluto di Lardini. 4. Completo in lana stretch, cashmere e seta di Tombolini

Tombolini.

Uomini allo specchio

Dall'11 al 13 gennaio al Pitti di Firenze va in scena la moda maschile seicento marchi presentano le collezioni autunno/inverno 22-23



nus?). Sopra il ginocchio, persino il cotton loden di Schneiders Salzburg. Il capo al 98% di cotone è scaldato da una fodera di trapunta staccabile. Del passato, resta il piegone a soffietto sulla schiena. In ascesa, il bomber da pilota che Lardini propone in velluto liscio.

Il cappotto si cercherà a *Chi l'ha visto?* «Nient'affatto» dice Giampiero Colombo, designer del brand Angelo Toma. Anzi il "classicone" di cammello va alla grande, purché rinnovato sui pantaloni bianchi: colore estivo ora di punta per il freddo». Il capo spalla può essere anche overcheck, a macro scozzesi della sartoria inglese. Sì, no agli scacchi in technicolor di Manuel Ritz.

«Quanto agli abiti interi - secondo Carlo Maria Camillo designer del brand Caruso - seguono le regole morbide dell'eleganza giocosa». Così, il due pezzi si aggiorna con tinte inconsuete. Tra i marroni boschi- vi e i verdi, irrompono gialli, rossi e arancioni. Il doppio petto, bianco e gessato, spicca nella linea *Zero Impact* di Tombolini con capi lavabili e bio de-

gradabili. Anche la giacca dunque, sopravvive purché, rinnovata: abbinata a una dolce vita

re bianca, più che con camicia e cravatta. Il binomio in senso, trionfa sotto i pull dietro divisa del collez-

rossi e arancioni. Il doppio petto, bianco e gessato, spicca nella linea *Zero Impact* di Tombolini con capi lavabili e bio de-

gradabili. Anche la giacca dunque, sopravvive purché, rinnovata: abbinata a una dolce vita re bianca, più che con camicia e cravatta. Il binomio in senso, trionfa sotto i pull dietro divisa del collez-





PITTI IMMAGINE UOMO

la Repubblica

FIRENZ

TomboEni

Revers, bomber e parka il green sposa l'hi-tech

Tra green e hi-tech, l'uomo di Tombolini. Il brand marchigiano se la gioca su una tavola ampia tra sartorialità, innovazione e ecosostenibilità. Con la punta di diamante della capsule Zero Impact, di capi biodegradabili, ecosostenibili e lavabili in lavatrice.

Su tutto, un'esperienza artigianale per cui ogni capo è garbato, unico, cura dettagli che vanno dai bottoni alle impunture sui revers. Anche i tessuti sono un mix di materiali innovativi e classici. Fino a oscillare, l'uomo dell'inverno futuro, tra il fascino del ritrovato cappotto sartoriale, l'abito doppiopetto, i revers a lancia più ampi, ma anche i bomber, i parka idrorepellenti, perfino i pantaloni con la coulisse e l'elastico in fondo. La passione dominante è viaggiare leggeri e le giacche in lane stretch, cachemire e seta, "Zero Gravity", sembrano quasi una camicia.





MF fashion

Tendenze
BOULE DE NEIGE

01. MYTHS
02. LORENZONI
03. MONOWAY
04. SCAGLIONE

05. IMPULSO
06. TOMBOLINI
07. SAVE THE DUCK
08. MONTECHIARO

09. MOACONCEPT
10. FILIPPO DE LAURENTIS
11. GIAMPAOLO
12. HERNÓ





PITTI IMMAGINE UOMO

La Gazzetta dello Sport

Tutto il rosa  della vita

L'inverno che verrà



1



Tradizione L'ingresso di Pitti Uomo, edizione 101, alla Fortezza da Basso di Firenze; donati l'ultima giornata serale



2

Viva la moda in libertà Tra natura, tecnologia artigianalità e colori

Il trionfo di sportswear, streetwear, urban
Ecco i codici stilistici delle nuove generazioni

di Irene Traina
news

Tra innovazione e azio-
ne, le collezioni del
prossimo inverno
presentate ieri alla
Fortezza da Basso di
Firenze sono un richiamo di li-
berità. Così, a Pitti, Urban e lo
streetwear ricercano quei codici
stilistici dello sportswear per ag-
giornare il contatto con la natura e
con gli spazi aperti. L'uomo di
Duno si muove nella "urban jungle"
e indosserà capi che ricorda-
no quelli degli esploratori nelle
terre fredde e lontane. Realizzati
con filati e tessuti di ultima gene-
razione in un gioco di sovrapposi-
zioni di lane jacquard con stampe
pied de poule, messi a confronto
con inserti e dettagli in tessuti
tecnici e colori differenti e stam-
pe dall'ispirazione Anni 70. Un
tuffo nel passato anche per Lotto
Leggera che da oltre 45 anni
onora la sua storia sportiva cer-
cando di soddisfare i desideri de-
gli "sneaker addicts" di oggi. Ri-
forma quindi la Signature Edge
con un design rinnovato nei tagli

con gli inserti in TPU trasparente
che che donano alla calzatura un
"look-and-see" tecnico. Ha una
forte personalità outdoor la col-
lezione di Premiata le cui lavora-
zioni artigianali 100% made in
Italy, sviluppano tecnologie per
la resistenza agli elementi chie-
rmente sui piumini light o sui parka
pensati in versione genderless
per lui e per lei.

Versatili Urban Chic Tech è la
collezione più tecnica di Ves Zee, il
cui piumino sono realizzati con
materiali tecnici e con zip micro-
saldate mentre l'animo sportivo
di Impulso si esprime nelle tute
della collezione, presentate sia in
maglia per outfit più ricercati,
che in Interlock arricchite da un
ricamo spugnato alla manica che
rende i capi più aggiornati per un
consumatore moderno. Tra le
novità cromatiche l'introduzione
del carbinio arancio e del giallo che
rende gli outfit energici. Stampe
colorate anche da Sun68 che de-
dica una capsule tra lo street e lo
sport ai gamers: un nuovissimo
canottiere geometrico è il fil
rouge di questa collezione, chia-

mata Good Game, come lo slang
usato per commentare un buon
risultato tra avversari, e interpre-
tato sia come color-block, sia co-
me patchwork cromatico su po-
lo, felpe, T-shirt, piumini leggeri
e accessori in lana. L'ispirazione
sono i playground urbani più tec-
nici, da Parigi Pigalle al Kobe Tri-
bute di Matera. E cosa rende più
liberi della corsa? Lo sa bene Ho-
ka, specialista del running, che
nella Bondi 8 introduce una mud
stola ammortizzata pensata per
prevenire gli infortuni durante la
corsa. Particolarità è il drop della
scarpa, differenza di altezza tra
coda e punta che porta a correre
sempre sull'avampiede (il segreto
per correre veloce). TMB Run-
ning è il progetto di Tombolini,
che sa far parlare il formale e lo
sportivo con lo stesso linguaggio:
l'abito running, capotecnico del-
la collezione, è realizzato in riu-
ribilissimo tessuto stretch ed è sta-
to scelto nella trasferta blu dalla
squadra di calcio della Roma.



5



6



8. HOKA: sneaker running con tomaia in mesh ricicata

- 1. LOTTO LEGGERA: sneaker Signature Edge in pelle con inserti in TPU
- 2. SUN68: bomber in nylon multicolor
- 3. IMPULSO: felpa in cotone con scritta a contrasto sul cappuccio
- 4. VES ZEE: piumino Urban Chic Tech in tessuto tecnico con zip microsaldate

8. TOMBOLINI: giacca TMB Running in tessuto stretch





LA STAMPA

Tombolini

Capi biodegradabili



Si chiama Zero Impact la capsule di Tombolini dalla quale emerge - sempre più predominante - la vocazione green del marchio sartoriale marchigiano. Il progetto mette in campo capi washable realizzati con materiali lavabili in lavatrice e antibatterici, e abiti biodegradabili, compresi etichette e grucce. —



Sembra facile dire ibrido. Invece il tema è complesso quanto affascinante. Per Ten c, brand di ricerca, significa combinare tra loro materiali non compatibili per la tintura, quali poliestere e nylon. Costante della collezione, l'OJJ (Original Japanese Jersey), l'iconico tessuto che attraverso la tintura assume tonalità sempre diverse. —

Blauer

American style



Blauer strizza l'occhio al futuro ma non perde la sua identità, quel suo stile urban che è insieme pratico e glamour. E che rispecchia la storia connessa ai valori militari del brand americano. Imbattibili contro il grande freddo, i piumini dall'imbottitura eco e le giacche in piuma reversibili in neoprene stampato e nylon. —

Herno

Il bomber Monogram



Esiste uno stretto legame tra Herno e la lettera H. Negli Anni 60 l'iniziale del marchio diventa protagonista del tessuto Monogram: una tela fondo caffelatte in cui, con lavorazione jacquard, le H si susseguono all'over. La tradizione viene rilanciata (e aggiornata) sul nuovo bomber imbottito in piuma d'oca: un must. —

Pal Zileri

Progetto Re-use



Operazione Re-use, in un'ottica di circolarità e di riduzione dell'impatto ambientale. Il nuovo guardaroba Pal Zileri per l'Autunno - Inverno 2022/23 è costruito (e pensato) per dare nuova vita ai tessuti recuperati dall'archivio del brand. Dall'abito con i revers a contrasto al bomber double face dal collo in maglia. —

+Three™

Le borse etiche



MimEthics di +Three™ è un progetto dalla forte impronta etico-sociale che ha il suo cuore in un upcycling creativo, nato dalle uniformi militari dell'esercito olandese. Lo zaino della collezione, ad esempio, è realizzato con il cotone delle camicie. Ma ci sono anche modelli in caucciù lavorati a mano dagli Indios. —





PITTI IMMAGINE UOMO

Libero

quotidiano



■ Nonostante le mille restrizioni del governo, Pitti Uomo ha aperto puntualmente la fiera più importante della moda maschile a Firenze. Ed è «un'edizione dal grande spirito di adattamento», ha spiegato l'Ad Raffaele Napoleone. Che ha visto

sabile e certificata, il brand presenta la sua prima collezione di sneaker coordinate a zaini, in collaborazione con ACBC, prima ed unica B Corp italiana nel mondo delle calzature sostenibili.

Noto per l'artigianalità di alto livello, **Amedeo Testoni**



Il doppiopetto di Tombolini

... che tirano sulle cerniere, da oltre quattro decenni è tra i più amati ed è stato realizzato in materiale ecosostenibile con tomaia, fodera e sottopiede certificato da LWG group.

Un bel progetto a favore dell'ambiente è firmato **Piquadro** che dopo la decisione di introdurre e ampliare gradualmente le linee di prodotto realizzate con nylon riciclati al 100% e contemporaneamente di lavorare sulla sostenibilità dei prodotti in pelle garantendone la provenienza da una filiera respon-

... nes, conferma il suo gno e l'attenzione per il biente presentando c... nee Re-Bon, maxi poch... pochette, modelli dal... me pulite e minimali... tre Re-Flag è rivolta a... maxi borse. Modelli re... ti con il tessuto ottenu... riciclo e dalla rigenera... di bottiglie di plastica... **Tombolini** fascino ga... cura dei dettagli e tess... gerissimi per inedite g... doppio petto a due b... abbinare a pantaloni c... gliο vivo sul fondo e coulisse in vita.

tti con una colzature e borse resione di un tempo, volto a esigenze di uoche donne che desiderano più "leggerezza" nel loro quotidiano. Ed ecco il made in Italy di **+Three**°°°: borse e accessori a ridotto impatto ambientale, tutti i modelli sono 100% eco... nibili sen... co gliamo... ust have.

Tombolini fascino garbato, cura dei dettagli e tessuti leggerissimi per inedite giacche doppio petto a due bottoni, abbinare a pantaloni dal taglio vivo sul fondo e coulisse in vita. **DA.MAS.**





PITTI IMMAGINE UOMO

PAMBIANCO MAGAZINE

tendenze



ECOAL



JUNK



BOMBOOGIE



PEOPLE OF SHIBUYA



TOMBOLINI



ALPHA STUDIO



GIAMPAOLO

INVICTA

TOTAL WHITE

Outfit luminosi come pianure innevate da indossare in alta quota (e non solo).
Dai piumini tecnici ai maglioni tricot.



STILNOLOGY

I materiali della collezione autunno/inverno 2022-23 sono caratterizzati da un perfetto equilibrio tra gli evergreen ed i nuovi tecnici. I volumi e le nuove linee sono studiati per garantire comfort e protezione.



HERNO

Il marchio presenta il primo modello di bomber imbottito in piuma d'oca, dalle tasche con impuntura ovale. Fil rilassato, zip grande e in gomma testa di muro, coordinata con la fodera in nylon dall'aspetto serico.





MF fashion

Tendenza

BACK IN BUSINESS

01. ALESSANDRO GHERARDI

02. GAVAZZENI

03. DOUCAL'S

04. BRESCIANI

05. TOMBOLINI

06. ALEA

07. XACUS

08. FPM MILANO

09. AMEDEO TESTONI

10. BERWICH

11. PINEIDER

12. BALDININI

01



02



03



04



05



06



07



08



10



11



12





PLAYERS

fashionstylecontemporaryartdesigntravellifestyle

SILVIO FIORELLLO

Cosa c'è di più elegante, maschile e rituale nei gesti quotidiani del gentleman di ogni latitudine e di età che ci merita la spavalda rivoltella alla sartoria su una camera cocca? Scegliendo il perfetto abbinamento con il resto dell'outfit? Un gesto rivelato nel tempo, ma che ogni volta sembra fatto da mani di mago che con precisi movimenti scolpiscono il nodo desiderato, sfidando attenti alla precisa lunghezza che scende perpendicolare sul petto. Si tratta di precisi gesti quotidiani, posseduti dalla scelta della provetta, sia questa granulare o liscia o a particolari occasioni, ma siccome la cravatta è un piacere, che piacere sia!

Nello geografico consolidato delle manifatture, dei laboratori e dei distretti che compongono la mappa delle produzioni italiane, a volte capita di imbattersi in un artigiano qualsiasi che a prima vista non dovrebbe essere in una determinata zona geografica. Però il merito di cravatte e accessori Silvio Fiorillo esiste, ed è una eccellenza nata dalla passione e dalla caparbia dell'omonimo fondatore, nel bel mezzo della Sicilia. Non ci sono mezze misure, se si è, bisogna essere di alto livello. Dunque non ci occupiamo di tenere proposte realizzate a mano, vero tributo alla tradizione artigianale italiana. Nel laboratorio, maestranze rigorosamente locali tagliano ogni pezzo singolarmente a 45 gradi centrando il disegno sulla punta, dettaglio che denota la grande cura dedicata ad ogni singola cravatta.

Durante la cucitura viene inserita la speciale fodera che conferisce la lunghezza e la leggerezza delle cravatte, che risulterà comoda, grazie allo stiro a mano, che gli dona morbidezza senza appiattirla.

Ogni passaggio è frutto di saggi, lavorazioni, a le cuciture vengono effettuate a mano con tecniche di alta sartoria. Tutti ben vengano prodotti e realizzati da maestri artigiani, che sfilano di mestiere nella propria terra d'origine e che oggi possiamo trovare nei principali store del mondo.



GMS - 75



ZEROSETTANTA STUDIO



AMEDEO TESTONI



GABRIELE PASINI



TOMBOLINI



LUIGI BIANCHI SARTORIA



TAGLIATORE



GIAMPAOLO



LBM 1911



LESSANDRO GHERARDI

da della collezione Gherardi FW22-23 è **10 DEL CLASSICO**, tutti progettati per unazionale che vivono una stagione, si aggiungono sofisticate tonalità e calati, lavati o no. Grande protagonista è la flanelle nelle colorate intesse abbinato al grigio e agli azzurri, declinata in stampa da unita che fantasia madras. La camicia proposta è in flanelle di cotone 100%. Tessuti unici, creati con tele a navetta che risalgono agli anni 40, che rendono il capo speciale, grazie al trattamento di lavorazione finale, in cui la camicia viene lasciata a riposare a temperatura controllata e umidità costante, evocando la morbidezza del cashemire.





PITTI IMMAGINE UOMO

HUB

S T Y L E

FALL WINTER 22/23 - FORMALE

STORIE DI ESPERIENZA E CONSAPEVOLEZZA

Le novità del prossimo inverno trovano la loro massima rappresentazione in un mix di contaminazioni culturali, eleganza e nuovi concetti di stile



LIBERTÀ ELEGANTE

L'autunno-inverno di **Herwich** propone capi di alta qualità e dall'animo green, come il pantalone "metro" in lana Merino certificata RWS - Responsible Wool Standard. Un tessuto traspirante, resistente e dalla mano morbida che permette una vestibilità pratica e confortevole.



SCELTE SOSTENIBILI
Da diverse stagioni **Erwich** pone al centro della sua filosofia il tema della responsabilità ambientale. Infatti già da diverse stagioni il brand sceglie di collaborare solo con partner certificati, in nome di una filiera trasparente. A tal proposito, la scelta dei materiali è sempre più maniacale.



TAGLIATORE SARTORIALI

Da una mente creativa ed estetica come quella del suo fondatore, nasce Tagliatore, marchio made in Italy che fonda le sue radici

G
F
A
L
W
E
S
C



CAPACITÀ TECNICHE E SOLUZIONI GREEN

L'Italia è ancora protagonista di una proposta che unisce sartoriale, green e hi-tech. È il caso di **Tombolini** che, per la prossima stagione, presenta le collezioni "TMB Running" e "Tombolini - Zero Gravity", dedicando particolare importanza alla capsule "Zero Impact", responsabile e sostenibile.

CONFRONTO TRA CULTURE

Per la prossima stagione **Gabriele Pasini** porta **Fanimo street** in una proposta che unisce moda, musica e arte. Tre universi che, tra contaminazioni e travestimenti, trovano il loro punto d'incontro in una collezione che mette al primo posto la libertà.



NOVITÀ E SPERIMENTAZIONI

Gli **Anzi '90** sono la principale ispirazione della proposta invernale di **PT Torino** in cui cappella, knitwear e outerwear si uniscono a pantaloni e denim, tranne del brand. Novità in cui viene interpretato un concetto nuovo di "classico contemporaneo" e "chi" attraverso ampi volumi, comfort e maggiore libertà.





PITTI IMMAGINE UOMO

MF
fashion

MF fashion il primo quotidiano della moda e del lusso Anno XXIII n. 248 Direttore editoriale Paolo Panerai Editor Stefano Roncato

16.12.21

MF
fashion

THE
GREEN
ISSUE

La svolta sustainable del menswear

Le edizioni di Pitti e Milano moda uomo di gennaio rilanciano sul tema del green con un'offerta che raduna marchi consolidati e new entry. Dai capofila Herno e Save the duck, fino al duo Jordanluca e agli attivisti di Anti-do-to, le collezioni sono all'insegna del riuso, di materiali organici e tinture naturali. Per un deciso cambio di paradigma

Le edizioni di Pitti uomo e Milano fashion week a gennaio 2022 metteranno in risalto, ancora una volta, il percorso green di marchi consolidati ed emergenti. Tra i nomi più noti dell'edizione Pitti 101 c'è Herno, che vanta una collezione in cui sono presenti la-

ne riciclate, tessuti biodegradabili e sostenibili sotto l'etichetta Herno globe. Lo sportivo Save the duck, brand specializzato in cospicua 100% animal e cruelty-free, quest'anno celebra i primi 10 anni d'attività dell'azienda con una new collection in linea con i propri principi etici. Ecoalf introdurrà la collezione 1.5° premium, creata con il 78% di materiali riciclati e

interni, in

interni dei capospalla 100% vegani, Tomboloni, invece, una capsule Zero impact che esalta l'attenzione all'ambiente in cui il focus è l'abito biodegradabile. Raeburn torna a Firenze con



L'Arena

Puntaspilli

Maria-Vittoria Alfonsi

Moda, virus permettendo ecco il ritorno delle sfilate

Nel pieno della quarta ondata del virus, che sta investendo ovviamente anche il pianeta-moda, arrivano di tanto in tanto spiragli di un ritorno alla vita «normale». Ad esempio, un venticello di ottimismo ha portato il ritorno - dopo un anno di assenza - il ricercatissimo «Calendario Pirelli», che dal 1964 rappresenta un simbolo di bellezza, avvalendosi dei massimi fotografi, di top model e donne altrettanto famose sempre inserite in località non da meno. Per il 2022 il fotografo, musicista e cantautore Bryan Adams, con la copertina del calendario a forma di disco, si è avventurato «On the Road» nel mondo della musica, a lui particolarmente congeniale, con protagonisti quali - fra le altre - Cher, Jennifer Hudson, Rita Ora, Iggy Pop, ovviamente in luoghi straordinari... Un auspicio per 365 giorni migliori di quelli appena trascorsi. Intanto, il mondo moda - superando più che comprensibili, e sempre più numerosi, timori (si presenta, non si presenta? come si presenta?) si

appresta alla «grande parata» dell'abbigliamento maschile che avrà punto focale, a Firenze, «Pitti Immagine» (11-13 gennaio; in contemporanea si dovrebbe tenere «Pitti Bimbo»), col rilancio della collaborazione a Revolver Copenhagen (che abbiamo già ricordato), la presenza di grandi firme quali - fra centinaia - di Tree, Baldinini, (che presenterà pure alcuni modelli creati da Arthur Arbesen), Pignatelli, (che, col progetto speciale nato dalla sinergia con l'artista artigiano «Augusta 1923», al secolo Simone Cecchetto, proporrà con un grande manifesto i suoi valori nella realizzazione di calzature e borse prodotte nel rispetto della natura). Inoltre, dovrebbe esservi il debutto di Husky, che richiamerebbe indubbiamente un grande pubblico anche se, purtroppo, si potrà notare l'assenza (blocco covid) di stranieri, peraltro tornati alle presentazioni virtuali. Raffaello Napoleone, amministratore delegato di Pitti Immagine, ha dichiarato: «A una settimana dall'apertura di Pitti Uomo e di Pitti Bimbo, i lavori alla Fortezza da

Basso vanno avanti con rigorose misure di sicurezza con protocolli ancor più stringenti da quanto previsto dalle norme più recenti, sia durante gli allestimenti, sia nei giorni di fiera... Il punto è che Pitti Immagine ha fatto una scelta fin dall'inizio della pandemia: restare vicini alle aziende, ai compratori, cercare l'interesse dell'intero sistema moda... Abbiamo fatto patti trasparenti con i nostri clienti, rassicurati dalla positiva esperienza di giugno». Da Firenze - dove, ispirandosi alle scelte del Governo, si è deciso di conciliare l'irrinunciabile tutela della salute collettiva con l'indispensabile tutela delle attività economiche - a seguire dovrebbe esservi Milano (14-18 gennaio): ma come prima importante notizia ecco la cancellazione delle sfilate Emporio Armani e Giorgio Armani Uomo (così come sarà pure per quelle di alta moda Giorgio Armani Privé a Parigi). «A causa della crescita dei contagi in Europa... una decisione», ha dichiarato Armani, «presa a malincuore, dopo un'attenta riflessione, in considerazione del peggioramento della

situazione epidemiologica... La sfilata rimane un momento fondamentale e insostituibile, ma la tutela della salute di collaboratori e pubblico è ancora una volta prioritaria». Eleventy ha confermato invece la sfilata, ma con posti limitati, certificazioni covid rafforzate da super green pass, e mascherina FP2 obbligatoria. Le sfilate «fisiche» dovrebbero (condizionale sempre più d'obbligo) essere una ventina, 24 le presentazioni, 47 i marchi e 68 gli appuntamenti. Sfilate che vedrebbero in apertura Zegna, ancor più alla grande ribalta internazionale per il suo «sbarco» alla Borsa di New York! Ricordiamo poi CP Company (che festeggia il suo 50° anniversario); una sempre interessante mostra alla Triennale; la proiezione del docufilm dedicato a Elio Fiorucci «Free Spirit» (indubbiamente, uno spirito libero Fiorucci lo è stato!) ed il Fashion Film Festival. Di ora in ora le notizie si susseguono: purtroppo, sempre più «vittime» della situazione generale. Augurandoci che ogni calendario, sfogliato non mensilmente ma di giorno in giorno, si faccia ricordare per notizie positive, col ritorno ad una vera vita.

LA MODA

Pitti unisce le generazioni Uomo e Bimbo insieme nelle passerelle di gennaio

Riprendono a crescere le adesioni, tanti big da Cucinelli a Roy Roger's
E intanto il Comune vara il piano per il nuovo padiglione alla Fortezza

di **Ilaria Ciuti**

La Fortezza avrà il nuovo padiglione Bellavista che fa parte del piano di recupero concordato nel 2019 tra gli enti proprietari, attuatore il Comune. La giunta di Palazzo Vecchio, su proposta del sindaco Dario Nardella e l'assessora ai lavori pubblici Titta Meucci, ha dato ieri il via libera a 4.463 metri quadri e 19,8 milioni di investimenti per la sala congressi e espositiva da oltre 2.500 posti, l'area ristorazione, giardini pensili, terrazze e aree verdi. Vicino all'entrata, al posto del padiglione temporaneo Rastriglia e gli ex magazzini che verranno demoliti. «Entriamo nel vivo del piano di recupero della Fortezza che darà a Firenze una sede congressuale e fieristica di grande capacità attrattiva» dice Nardella. Intanto alla Fortezza torna dall'11 al 13 gennaio Pitti Uomo per la sua 101ª edizione. Saranno a gennaio 600 espositori di cui 580 che hanno già pagato la quota, contro i 340 di inizio del luglio scorso. Lontani dal 1.200 di prima del Covid ma «un segnale incoraggiante», come dice Raffaello Napoleone, ad Pitti Immagine. Tornano anche i compratori internazionali (101 nomi confermati) per scoprire, nel sa-

lone, punto di riferimento nel mondo della moda maschile, le tendenze per l'inverno 2022-23. Più numerosi gli europei, e poi russi, asiatici, arabi, ma anche americani, da Neiman Markus a Sacks Fifth Avenue. Né mancheranno espositori di peso, da Cucinelli a Lardini, Herno, Alpha Studio, KNT Kiton, il brand Usa Filson di cui il bolognese Wp ha acquistato distribuzione e licenza e a cui parteciperanno Roy Roger's e Tombolini, tra ne alcuni.

Dietro al ritorno in presenza, Napoleone cita la cura della sicurezza: 3.880 tamponi fatti a luglio, respingendo 28 positivi e 2 no vax. E ora tra Pitti Uomo 101 e Pitti Bimbo 94 che andranno in scena insieme (ma da giugno torneranno separati come prima del Covid) sarà richiesto il Green Pass e ci saranno all'interno della Fortezza 6 postazioni per i tamponi. Tema dominante, Pitti Reflections (riflessioni ma anche gioco degli specchi), la fiera si divide in tre macroaree. La prima, Fantastic Classic, ovvero il classico nelle sue versioni più innovative, con all'interno Futuro Maschile che occuperà tutto il piano attico del Padiglione Spadolini con gli stili dell'abbigliamento maschile più evoluti. La

seconda area sarà Dynamic Attitude che celebra l'outdoor come punto di incontro tra sport e streetwear. Infine, Superstyling, la ricerca di nuovi canoni stilistici, con all'interno la sezione Sustainable Style sulle nuove tendenze eco sostenibili, sostenuta da Unicredit, main sponsor di Pitti. Ospite d'onore il carismatico brand Ann Demeulemeester recentemente acquistato dall'imprenditore milanese Claudio Antonioli, che lo vuole rilanciare nel mondo del lusso mantenendone la ribelle singolarità con performance e concerto il 12 gennaio alla Leopolda. Antonioli farà uscire 40 outfit sospesi tra archivio e futuro. Il giorno prima tornerà, al Four Seasons, la storica cena di Cucinelli. E il brand Caruso se la vedrà con il jazz di Miles Davis.

Mentre il mercato della moda maschile volta pagina, sottolinea il presidente di Pitti Immagine, Claudio Marenzi, citando i dati Istat gennaio-luglio 2021, in cui l'export cresce del +16,4% rispetto all'anno prima, per un totale di 3,8 miliardi. Maggiore protagonista, la Cina: più 81,3%. Infine, il grazie a Pitti di Carlo Capasa, presidente della Camera della Moda: «Fa in questo momento per l'uomo ciò che New York e Londra non riescono a fare».





Il Messaggero

Pitti Uomo al via senza effetti speciali eventi cancellati, Cucinelli non ci sarà

LA KERMESSA

Si accendono i riflettori sull'edizione 101 di Pitti Uomo, che andrà in scena a Firenze, nella Fortezza da Basso, dall'11 al 13 gennaio, ma non senza incertezze. Il titolo di questa tornata invernale è filosofico. *Reflections*, riflessi: un guardarsi allo specchio, un ripensarsi in un momento con più domande che risposte.

A fronte degli oltre 600 marchi confermati fino alla scorsa settimana che avrebbero dovuto presentare le loro collezioni, si susseguono le disdette degli espositori a causa dell'aumento dei contagi da Covid. Il primo a dare forfait è stato Brunello Cucinelli, presenza storica della fiera, seguito poi da Ann Demeulemeester, ospite di punta della manifestazione, che a Firenze avrebbe inaugurato il suo nuo-

SAFE WITH PITTI Il tema centrale di Pitti è la sicurezza: Green pass, mascherine e distanze



IL SALONE A FIRENZE DALL'11 AL 13, MA LO SHOW PER ANN DEMEULEMEESTER È STATO RINVIATO ALL'EDIZIONE ESTIVA

vo corso con un evento fatto di moda, musica e intrattenimento che sarà rinviato a giugno. Cancellati anche tutti gli eventi all'interno della Fortezza, dove i brand potranno semplicemente presentare le loro collezioni senza "effetti speciali".

Il Salone sarà diviso in tre macro aree: Fantastic Classic (che ingloba Futuro

Maschile) in cui spiccano Manuel Ritz e Dynamic Attitude dedicata all'abbigliamento comodo per la vita all'aria aperta e Superstyling che anticipa le tendenze agender, libere da ogni limitazione di stagione, sesso e razza.

V.T.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Tombolini.



M F fashion

Overview

I trend del menswear tornano alla Fortezza da Basso in tre percorsi

Il salone fiorentino accende i riflettori sulle sue aree speciali. Si parte dall'evoluzione dell'eleganza maschile di Fantasti classic, passando per la passione outdoor di Dynamic attitude fino alla ricerca protagonista di Superstyling. **Alice Merli**

Pitti uomo sta portando in scena i trend del menswear in tre nuove macro aree che svelano le sue anime trasversali, anticipando i cambiamenti internazionali del comparto in termini di stile, ricerca e ispirazioni. I percorsi speciali si snodano in Fantastic classic, dedicata all'evoluzione dell'eleganza maschile in continuo aggiornamento e in Dynamic attitude, che fornisce una fotografia delle tendenze dell'outdoor, tra streetwear, sport e abbigliamento tecnico. Infine, Superstyling abbraccia le proposte più sperimentali e fuori dagli schemi, ad alto tasso di creatività.

Fantastic classic



Una sezione dalle ispirazioni timeless, dove i codici dell'eleganza maschile incontrano un twist di accostamenti inediti dal touch sperimentale. È un'evoluzione del classico che investe i capospalla tecnici e i pantaloni sartoriali, ma anche gli accessori distintivi del luxury knitwear. Le collezioni guardano così oltre la tradizione per proporre versioni contemporanee. Tra i brand protagonisti di questa area figurano **Alessandro Gherardi**, **Alphatauri**, **Amedeo Testoni**, ma anche **Briglia 1949**, **Brunello Cucinelli**, **Caruso** e **Herno**, azienda guidata da **Claudio Maranzi** e **Dekker**, firma storica dell'outwear. **Alpha studio** porta il suo concetto luxury e lo storico know-how della maglieria nelle forme rilassate dei capi in puro cashmere e poi non mancano **Lardini**, **Latorre**, **Loake** e **Mannel Ritz**. Ci sono poi **Pal Zileri**, **Paoloni** e **Paul&Shark** che negli anni è arrivato a offrire un total-look sportivo di

lusso fatto di materiali tecnici ad alta performance distribuito in 73 Paesi nel mondo, **Momodesign**, **Nobis**, **Orciani** e **People of Shibuya**. E poi ancora **Piacenza Cashmere 1733** (3), ammiraglio del gruppo omonimo **Palovieri**, **Re-Hash**, **Stefano Tombo-**
lini, **marossa** e **Xacus**. Tra le novità di Fantasti c'è anche la sezione rinnovata di Futuro maschile, che prende casa al piano attico per svelare un ricco storytelling in un viaggio del contemporary menswear più evoluto. Dall'eleganza che guarda oltre il formale a una proposta crossover riservata al lifestyle dell'uomo di oggi, in un mix tra classico e sportswear. Qui si possono trovare brand come **Aldomariacamillo**, **Avant toi**, **Faliero Sarti**, **Felisi**, **Handpicked**, **Naviglio Milano** fino a **Pantofola d'oro 1886**, **Pierre Louis Mascia**, **Premiata**, **Dekker** (2) e altri ancora. (riproduzione riservata)



LA NAZIONE

Ultimo giorno della kermesse

Pitti lancia il nuovo stile smart working

Pitti Uomo 101 lancia lo stile smart working

La kermesse di moda si chiude oggi alla Fortezza. Assenti i buyer cinesi e americani, ma non gli europei che vogliono uscire dalla crisi

di **Eva Desiderio**
FIRENZE

Millennials e Gen Z: questi saranno i clienti della moda maschile nel futuro, con lo smart working che influenzerà sempre di più le collezioni che diventeranno per forza neo-formali cioè duttili, pratiche, leggere, senza tempo e senza clima. Con la sostenibilità al centro dei desideri e le agende fitte di marchi per amatori, meglio se ad alto tasso di heritage. Questo l'identikit del cliente tipo al quale guardano gli espositori di Pitti Uomo 101 che oggi si chiude alla Fortezza da Basso per passare il testimone venerdì alle sfilate della Milano Fashion Week Man. Il cliente tipo sarà sempre più cinese ma anche americano, anche se a questa edizione blindata dal Covid del salone per l'abbigliamento per il prossimo inverno non si vedono buyer da quei lontani paesi. Meglio le presenze europee e i compratori italiani che hanno



Massimiliano Rosolino ospite dello stand Navigare

una gran voglia di riscattare i due anni neri di pandemia. **C'è movimento** nei tre piani Padiglione Centrale della Fortezza e curiosità per le presentazioni di Ecoalf, Filson, Ten C Colmar Usa, per Colmar coi suoi bei piumini e la pratica maglieria, per Piquadro che lancia il zaino d'alta quota coordinato con le sneakers e spera di vederle sulle piste del Corno alle Scalette. È un grande progetto di rilancio con il patron Marco Palmieri, i primi sci targati Piquadro. Molto bella, forse più creativa del solito la

collezione di Tombolini con l'ad
Silvio Calvasoni Tombolini che
mostra strepitosi capi della linea
Zero Gravity in 100% cashmere
superleggero, maglieria sartoriale,
abiti in tessuto al centro per cento
biodegradabile di Zero Impact. Da Paul & Shark il

Cashmere l'uomo elegante porta la mantella poncho, per Daniele Fiesoli il pullover è in orsetto, da Ahirain il piumino si tinge di drip-dye col colori che gocciolano sul nylon di ricerca.

Tutta artistica e lavorata a mano la maglieria dell'azienda genovese Avant Toi della famiglia Ghignone, dalle incredibili coloriture serigrafate. Per Pier Louis Mascia la camicia di seta è unisex e sfoggia le stampe degli erbari, da Felisi si pensa alla casa con cesti portatutto di vitello intagliato, da Biagini la pelletteria prezioso cocodrillo vera, le scarpe di Elias 024 le stesse, rivisitate, di quello campione di motociclisti Elis portava in pista, da Gattini ti accoglie Chris Wang

Il futuro: per loro c'è il trend neo formale

cinese di Empoli che realizza bei capispalla disegnati in Toscana e prodotti benissimo in Cina. Fuori fiera la collezione «Vel-luto» di Angela Caputi a tutta raffinatezza e contemporaneità, e i cappelli di Borsalino 1857 nello showroom di via del Carmine ancora tutti lavorati a mano ma con interventi pittorici alla Burri o Fontana, come racconta il general manager Mauro Baglietto. Tutti parlano del sontuoso defilé di Chiara Boni di martedì sera al Caffè Paszkowski che si è trasformato in un evento internazionale perché si è rivelato la prima sfilata al mondo del 2022: un primato fiorentinissimo. In sfilata una collezione ad alto tasso di seduzione come solo le stiliste donne sanno fare. «Sono felice di essere tornata a sfilare nella mia città - ha detto Chiara Boni dopo gli applausi - questo sarà l'anno della bellezza e Firenze mi sta già portando fortuna perché gli ordini delle mie collezioni in America vanno strabebene!».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



LaVerità

A Firenze l'uomo punta sul colore e su uno stile rilassato ma formale

Grande attenzione pure alla sostenibilità: irrinunciabili cashmere e materiali riciclati

Chi pensava a un Pitti sotto-
tono non ha fatto i conti con la
voglia di ripartire. In tanti so-
no arrivati a Firenze a guarda-
re la moda uomo del prossimo
inverno, che dichiara apertamente
di puntare sul colore e
sul rilassato in chiave formale.
Giacca sì ma in maglia, pantaloni
over, nulla di costretto o di
avvitato. «Abbiamo oltrepassato
il concetto di volumi troppo
aderenti e costrittivi per
donare più respiro al corpo»,
afferma **Luigi Lardini**, direttore
creativo dell'azienda marchigiana,
«ma sempre proteggendolo in un
morbido guscio di calore che gioca
con la memoria di forme sartoriali
vintage, senza una precisa referen-
za storica, privilegiando solo
comfort e naturalezza: le giacche
hanno revers più allungati o si
trasformano in giacche camicia,
i pantaloni hanno una vestibilità
più comoda, i cappotti sono lunghi».
I colori si legano alla natura:
blu lacustri, verdi dei prati, il
dark brown di terra e tronchi,
il beige della sabbia, l'arancio
dei tramonti, alternati a toni
più squillanti.

Anche Luigi Bianchi sartoria
punta su colori e tessuti

naturali con una selezione dei
materiali spasmodica, tanto da
collaborare solo con partner
certificati che lavorano nel
rispetto dell'ambiente. La
collezione è improntata sul
concetto di lusso, con l'uso del
cashmere anche in capi tecnici
e sportswear. **Vincenzo Attolini**,
anima creativa di Stile latino,
coniuga il romanticismo della
campagna scozzese con uno stile
elegantemente confortevole. Un
mondo di ecologia artigianale dove
spic-

do dalla carnagione. Sartorialità,
ecosostenibilità e tecnologia si
incontrano da Tombolini che
presenta le collezioni *Tombolini
zero gravity* e *Tmb running*.
«La prossima cold season di
Tombolini», spiega **Silvio Calvigioni
Tombolini**, direttore marketing,
«è pensata per un consumatore
elegante, dinamico e aggiornato».

La Sartoria Latorre pone molta
attenzione alla sosteni-

bilità: l'azienda di Locorotondo
ha convertito la propria sede
rendendola quasi del tutto
autosufficiente a livello ener-
getico e ha acquisito un terreno
limitrofo per piantare 300
ulivi. I nuovi modelli sono
realizzati in cashmere ecososteni-
bile 100% made in Italy. Per
continuare la mission verde,
Cuoio di Toscana ha triplicato
il suo accordo con il mondo
delle avanguardie artistiche,
sostenendo l'autenticità, l'iden-
tità green e la bellezza dei

uoio, trattati di vegetali. Il
paese ha ar-
internazio-
l'impatto
messaggio al-
sostenibilità.
che debutta
addistingue
futuro green.
sandra e Sa-
in partner-
urressiniani,
ura di nuovi
arigi, Londra
fondato nel
di Moschil-
io da oltre 20 anni, riparte in
un'ottica green con grande at-
tenzione ai materiali, dall'o-

vatta alla piuma d'oca ricicla-
ta. Tessuti riciclati anche per
Yuko, marchio nato nel 1956 a
Montecarlo di Lucca grazie a
Gabriella Di Marco Fantozzi,
che guarda alla sostenibilità
dei suoi giubbotti. Piacenza
cashmere punta sulla comodi-
tà: di notevole fattura la giacca
in maglia doppiopetto così
come i cappottoni a grandi
check da portare annodati in
vita.

Levi's lancia il *501 designed
for circularity*, il jeans più
sostenibile di sempre, realizzato
con cotone organico riciclato
al 100%, seguendo processi di
lavorazione da cui vengono
eliminati tutti gli elementi in-
quinanti che interromperebbero
il processo di riciclo del
cotone: non presenta alcuna
fibra sintetica e anche la patch
è realizzata in cotone organico
al 100%. Per Regenesi il bello
può essere solo sostenibile.
L'azienda bolognese che da
più di 13 anni trasforma i rifiu-
ti, rigenerando i materiali post-
consumo per trasformarli in
accessori moda con eco design
innovativi e completamente
sostenibili, presenta la nuova
linea *Re-Bon* bordeaux e
lilla, colore Pantone 2022.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





L'Arena

Puntaspilli

Maria-Vittoria Alfonsi

I protagonisti a New York? Rossetti e Zegna (in Borsa)

Mentre le strade e le piazze principali delle nostre città sono tornate ad essere quanto mai "pre-natalizie", affollate, nel desiderio di recuperare almeno in parte il tempo perduto si susseguono le aperture di splendide boutique in Italia ed all'estero: come nella milanese Galleria Vittorio Emanuele ("la Galleria", storica, tornata ad avere il fascino degli anni '50), arricchita ora di una nuova sede "Fratelli Rossetti", che a breve inaugureranno altre due boutique: negli aeroporti Linate e Malpensa -che si aggiungeranno alla sede "storica" di Montenapoleone ed quella, più piccola, di Corso Magenta (ricordiamo che Renzo Rossetti -padre di Dario, Diego, Luca, attuali proprietari- fu uno dei primi italiani ad aprire una boutique, tutt'ora di grande richiamo, a New York; e Renzo Rossetti era nato a Sanguinetto). Dopo Milano, troviamo Bulgari a Forte dei Marmi e Geox a Roma, in piazza di Trevi, mentre Zegna sbarca a New York non con una nuova

boutique, ma in Borsa! Intanto, a Firenze, fiduciosi in un 2022 normale, Ermanno Daelli e Toni Scervino (rispettivamente stilista ed AD della Ermanno Scervino) avvalendosi degli straordinari artigiani toscani -dai tessili ai pellettieri, a tutti i vari realizzatori di accessori, indispensabili per la realizzazione delle loro collezioni, che avranno successo nei loro 68 negozi, fra i quali si possono ricordare quelli di Venezia in piazza S. Marco, a Roma in piazza di Spagna, oltre alle boutique di Gstaad, Mikonos, Saint Tropez, Vienna, e lo store di Miami, cui dovrebbero aggiungersene, il prossimo anno, 20 in Cina (dove ne hanno già 3: a Dallan, Wuhan, Nanjing, più una in apertura a Shenzhen), raggiungendo poi Corea, Giappone, Taiwan. Pensando, inoltre, al potenziamento di un sito pro e-commerce. Restando a Firenze -fidando in un 2022 "normale" - ecco Pitti Immagine Uomo, che si sta preparando alla grande rassegna che, dedicata all'abbigliamento maschile (11/13 gennaio) vedrà in



Zegna: non nuove boutique ma arriva lo sbarco in Borsa a Wall Street

questa edizione il rilancio della collaborazione con Revolon Copenaghen che, con l'area Speciale Scandinavian Manifest, si avvarrà di collezioni firmate da stilisti emergenti, quanto da nomi consolidati, provenienti da Danimarca, Svezia e Norvegia. Collaborazione che -con "The Italian Team" - vedrà le collezioni di una serie di marchi italiani di moda maschile alla prossima edizione del Salone "Revolon", a Copenaghen, dal 2 al 4 febbraio 2022. Indubbiamente, fra le centinaia di "grandi firme" della moda maschile.

Tombolini

come il ritorno di Husky Original, con le famose giacche riproposte per il mondo contemporaneo da Alessandra e Saverio Moschillo che, in partnership con Mirko Buressiniani, hanno scelto questo palcoscenico per annunciare ambiziosi progetti per il futuro, come l'apertura di ulteriori store monomarca a Milano e Parigi, cui seguiranno Londra e Roma, intensificando nel contempo

la distribuzione negli Stati Uniti ed in Giappone. Ritornando "in stagione" non possiamo trascurare il viaggio della nuova collezione "Giorgio Armani neve", che raggiunge alcune delle più importanti località sciistiche europee. Prima tappa: Courchevel, in Francia (21 dicembre/30 gennaio), per continuare a S. Moritz (3/5 febbraio), Crans Montana (20/30 marzo), Megève (10/13 marzo). Viaggio che culminerà con un evento speciale, ancora a St. Moritz. Ma cosa, specificatamente, offre Giorgio Armani Neve per lo sci, e dopo sci?

Da par suo, ecco un guardaroba femminile composto da parka jacquard, blouson e giacconi di maglia, poncho trapuntati, pantaloni e pullover di lane pregiate, in una palette di colori che mescola toni pastello all'immane nero. Il guardaroba maschile, nei toni del blu, grigi e neutri, include parka e giubbotti di cashmere o denim di lana acqua repellente, blouson reversibili, maglie e pullover di cashmere rasato, con stampe effetto acquarello, o grafica jacquard di sciatori.





PITTI IMMAGINE UOMO

IL FOGLIO

quotidiano

IL FOGLIO
della moda

Che cosa rappresenta la moda uomo oggi? Come accompagna l'evoluzione dell'universo maschile?

Lo abbiamo chiesto agli espositori di Pitti Uomo e a molte personalità del sistema. Ma potete scriverci sopra liberamente anche voi, esprimendo il vostro parere sul tema. Scrivere sui muri è un'esperienza eccitante e molto soddisfacente. Scrivete, fotografate, fotografatevi, postate!

#pittiuomo
#pitti101

I valori di artigianalità, ecosostenibilità e pregio dei tessuti sono le basi di un contemporaneo guardaroba di lusso dove ciascun capo è il nostro pezzo preferito, e dove ogni aggiunta è ragionata.

Silvio Calvigioni Tombolini



È l'eterna voglia di eleganza, raffinatezza e dignità sottintesa nelle suggestioni, libertà, volare e vivere con sportività: in altre parole è tempo di Playful Elegance

Marco Angeloni

La connessione fra uomo e ambiente deve diventare sempre più stretta e coesa e dobbiamo assumerci la concreta responsabilità di creare prodotti sostenibili e integrati con la natura.

Giulio Colombo

Valori mi vesto per stare bene. Cambiamenti: non esiste più la differenza fra lusso e lusso accessibile. Breitening: la sostenibilità come una stile che va oltre i materiali e le tecniche di produzione.

Andrea Dini

Ma come ora, viati i tempi complicati in cui viviamo, ci sembra giusto pensare a una collezione made in Italy di alta qualità, che mescoli la nostra storia con materiali moderni, per dare all'uomo un prodotto curato di qualità con un aspetto estetico attuale e piacevole.

Kim Williams

I confini tra universo maschile e femminile sono sempre più sfumati e nuove contaminazioni di stile confermano qualcosa di eterno, anche nel vestire.

Antonio Quirici

Skin on skin. Per l'uomo, la pelle è uno strumento ingegnoso che trascende il tempo e gli stili.

Fabrizio Nati

Il vestire dell'uomo è sempre più dinamico, divertente, colorato, funzionale, performante, interattivo.

Raffaello Napoleone

Da' nostra village heritage Laveland Farm, nel North Devon, siamo sempre più connessi che sia importante vivere in armonia con la natura, trovando un giusto equilibrio fra il lavoro e una stile di vita salutare.

Jeff Griffin

Nessun canone nuovo per il maschile, ma un accurato dosaggio di simmetria, ricercante morbidezza e qualcosa di sorprendente. Basta decidere le dist.

Agostino Poletto

L'abbigliamento maschile vive un periodo di grande cambiamento. Il formato non possiede più lo stesso significato di qualche anno fa. Oggi, molta dell'ispirazione per le nuove collezioni viene da un'attenta osservazione del fenomeno sociale che influenza la vita di tutti i giorni, e che sono la sostenibilità e la contaminazione tra moda maschile e femminile.

Niccolò Bianchi

Nessun canone nuovo per il maschile, ma un accurato dosaggio di simmetria, ricercante morbidezza e qualcosa di sorprendente. Basta decidere le dist.

Agostino Poletto

L'uomo contemporaneo conosce il valore delle emozioni, ma non dimentica l'etica, l'estetica e la qualità in tutto quello che fa

Gianni Olivieri

questo è un canone e una serie, non

essuti sono accolti, e

o ad

queste le motivazioni che guidano l'uomo di oggi nella scelta del suo stile.

Stefano Tai

Non essere così serio e d'aria più bello.

Massimo Albo

L'uomo non è un prodotto di giornata, ma la somma della sua cultura e del suo essere so stesso. In sintonia con la musica del tempo, l'uomo di oggi è anche l'uomo di ieri.

Massimo Fiorino

Non collezioni che si rinnovano una stagione dopo l'altra, guarda uno stile di vita che abbraccia gli abiti che indossiamo, il modo in cui attraversiamo le giornate, gli oggetti con cui scegliamo di circondarci, le persone che amiamo frequentare, le cose che vogliamo abitare, l'impronta che vogliamo lasciare nel mondo.

Maura Gianfrate





la Repubblica

Eco fashion la sfida vinta del riciclo

Presentate a Fortezza da Basso nuove idee e materiali a misura di ambiente. "L'unica soluzione per non ridurre la forza lavoro è usare meno materie prime" dice Sergio Tamborini, presidente Sistema Moda Italia

di Ilaria Ciuti

La moda ricicla e si ricicla. Gli uomini del 2022 useranno sempre più abiti in tessuti amici dell'ambiente e il cashmere prezioso sarà al 50 per cento nuovo e al 50 per cento riusato. È il messaggio che arriva dall'edizione 101 di Pitti Uomo che ha aperto ieri i battenti alla Fortezza insieme a Pitti Bimbo, lanciando per primo, tra i saloni di moda, la sfida del vivere ordinario nell'eccezionalità del momento. È la ricerca di nuovi paradigmi del vestire maschile dopo l'esperienza della pandemia. Il salone lo fa presentando le tendenze più disparate, poiché gli uomini

ni che vogliono tornare a una vita normale si sono innamorati della libertà di scegliere. Con una regola: «La sostenibilità è il nodo che dobbiamo obbligatoriamente sciogliere e che ci lascia solo due soluzioni», dice all'inaugurazione del salone il presidente di Sistema Moda Italia (Smi), Sergio Tamborini. Che prosegue: «O consumiamo meno producendo meno e diminuendo di conseguenza anche la forza lavoro impiegata nel tessile, oppure incrementiamo la produzione diminuendo il consumo di materie prime. La scelta non può essere che questa: si ricicla».

Ne sono convinti i brand, stando al Pitti. Come testimonia Patrizia Biondi, presidente di Roy Roger's e figlia dell'inventore, nel 1952, dei primi jeans italiani di cui nello stand in Fortezza si celebrano i 70 anni con una capsula di 30

pezzi «tutti prodotti con denim al 20 per cento riciclato». Biondi aggiunge che è già pronta da Roy Roger's un'altra capsula di jeans in denim interamente riciclato «usando i materiali di sovrapproduzione che altrimenti andrebbero al macero».

Cashmere sempre più fifty fifty per le sciarpe che diventano più leggere e vaporose da Faliero Sarti. «È utile», spiega Monica Sarti, terza generazione della storica famiglia del tessile italiano, «sia per salvare l'ambiente che il portafoglio, visto l'esorbitante aumento del costo delle materie prime».

Dunque l'ambiente, la salute del pianeta e dei suoi abitanti, prima di tutto. Il rispetto per la natura si accompagna a quello per le proprie origini. Così nello stand di Hevò sono i colori, le luci e i profumi della Puglia (il brand nasce a

Martina Franca), che ispirano la collezione: blu mare, verde oliva, il giallo del raccolto, il bianco dei trulli. E siccome la possibilità con-

sieme all'abito biodegradabile. Sostenibilità, tecnologia, innovazione e sperimentazione sono la base scelta anche da Ahirain

Anni di ricerca puntigliosa hanno portato a Pitti la Zero Gravity di Tombolini, espressione di leggerezza dei capi ottenuta mischiando lane stretch, cashmere e seta. Dai must have, come l'abito doppiopetto e quello con i rever a lancia, ai bomber e i pantaloni con coulisse, fino alla capsula Zero Impact, con l'abito washable, lavabile in lavatrice, e antibatterico in-

schillo, figlia e padre in partnership con Mirko Burrestiniani: «Vogliamo realizzare capi che partano dalla tradizione di Husky, aperti a contaminazioni e tendenze che li riconnettano con la realtà attuale».

Come non sparisce il formale, così non scompaiono neppure il casual e lo street che sembravano tramontati finché le comode abitudini casalinghe della pandemia li hanno rilanciati, ma nella nuova forma di Sartorial Street, ovvero lo street style ben curato e ben tagliato che Manuel Ritz declina in capispalla in check, overcheck, gessati, regimental e dal sapore military. Il crossover tra heritage e hoody street del brand si coglie anche nel cappotto over in patchwork.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

*Cashmere 50/50
e meno costoso,
denim sostenibile,
capsule a impatto
zero: il salone apre
prospettive
innovative al settore*





PITTI IMMAGINE UOMO

LA STAMPA

Pitti Uomo ai blocchi di partenza. Danno forfait Cucinelli e Demeulemeester

Anche Armani ha cancellato la sua sfilata di Milano

GIANLUCA LO VETRO

06 Gennaio 2022 | Modificato il: 06 Gennaio 2022 | 2 minuti di lettura



Come la scuola, la moda maschile non si ferma davanti all'impennata del Covid 19. Variano però, i calendari. Se Giorgio Armani è stato il primo a cancellare le sue sfilate alla Milan Fashion Week (14-18 gennaio), Brunello Cucinelli si ritira da Pitti Immagine Uomo (11-15 gennaio). Così, come l'ospite d'onore della manifestazione, Ann Demeulemeester posticipa a giugno la celebrazione dei suoi 40 anni prevista per il 12 alla Stazione Leopolda. Ad ora, gli espositori del Salone scendono così da 610 a 600. Ma *The show must go on* (lo spettacolo deve continuare). "Per allinearsi alle scelte del nostro Governo, - dichiara Raffaello Napoleone amministratore delegato di Pitti Immagine - conciliando a ogni costo, l'irrinunciabile tutela della salute collettiva con quella delle attività economiche, necessarie l'una per l'altra". Così, va comunque in scena dal vivo l'edizione 101 del Salone alla Fortezza da Basso di Firenze per il lancio delle collezioni uomo A/I '22/23.

Idem, per le sfilate di Milano. "Anche se è possibile che nei prossimi giorni - precisa Carlo Capasa presidente della Camera Nazionale della Moda - il calendario meneghino preveda cambiamenti. Alcuni eventi potranno essere posticipati o annullati". Quasi superfluo, aggiungere che le misure di sicurezza anti-Covid saranno viepiù stringenti, allineate agli ultimi provvedimenti del Governo.

600 marchi "allo specchio" di Pitti

Titolo-filosofico di questo Pitti, *Reflections* (riflessi): guardarsi allo specchio elemento chiave della manifestazione, per vedere chi e cosa siamo oggi; riflettersi e riflettere in un momento con più domande che risposte. Pertanto, il Salone è diviso in tre macro aree interfaccie delle diverse anime dell'uomo contemporaneo: *Fantastic Classic* (che ingloba *Futuro Maschile*), *Dynamic Attitude* e *Superstyling* con l'appendice *Sustainable style*.

Tombolini

dedicata al classico più innovativo, spiccano Herno, Manuel Ritz e *Attitude*, invece, è dedicata all'*outdoor* (fuori porta): abbigliamento comodo per la vita all'aria aperta. *Superstyling* infine anticipa le tendenze *agender* (senza genere) che infrangono i canoni tradizionali, libere da ogni limitazione di stagione, sesso e razza. Al suo interno, *Sustainable style* per i giovani ricercatori di progetti eco sostenibili.





PITTI IMMAGINE UOMO

IL FOGLIO

quotidiano



Silvio Calvigioni Tombolini

Ecco I "maschi di Pitti" al muro

Grande successo per la kermesse (e per noi, ben gentili)

DI FABIANA GIACOMOTTI / 14 GEN 2022

Non siamo certi che il ceo di **Pitti Immagine**, **Raffaello Napoleone**, sarà felice di quanto stiamo per scrivere, ma un'edizione di Pitti Uomo migliore di questa appena conclusa non l'avevamo mai vissuta, e questo a prescindere dall'esigenza che – senza grandi eventi causa pandemia – la "fiera della moda maschile" era proprio una fiera e non, almeno in apparenza, il grande momento culturale progettato molti anni fa da **Marco Rivetti**.

Era una fiera, con quasi 600 espositori per il côté uomo, 170 per il Pitti Bimbo annesso. E allora, che cosa c'è di male a non voler sembrare diversi da quello che si è? Abbiamo capito molto di più di tendenze questa volta (molto forte la maglieria, fantastici gli imper, calzature grandiose, siamo davvero i primi al mondo) di quanto ci sia mai capitato quando i visitatori erano 30mila, invece di 8mila come in questi giorni, e fin troppi arrivavano in versione flaneur, vestiti e impettiti come pavoni, spesso come tacchini.

Chi è arrivato a Firenze – imprenditori e buyer confermano – aveva scopi ben precisi: vedere, capire, comprare. Nessuno ha perso tempo. Molto felice il presidente **Claudio Marenzi**, entusiasta **Roberto Collina** che parla del ruolo fondamentale di Pitti Uomo, rassegna mondiale unica (le altre si sono perse per strada negli anni). Parecchi compratori dal nord Europa, qualche coraggioso dal nord America nonostante la disinformazione fatta Oltreoceano sul "nostro" Covid (cari colleghi, trovate altri argomenti per riempire le pagine quotidiane, ci stiamo facendo del male e ci rimettete anche voi). **Last but not least, ecco la nostra gallery per il "muro dei maschi", grande iniziativa del Foglio della Moda.** Ecco una parte degli autori davanti al loro "quote". C'è ancora tempo per mandarci il vostro pensiero sull'evoluzione (o involuzione) dell'uomo. Verrà pubblicata.





PH: Tombolini

Tombolini, nel 2022 ritorno ai livelli pre-Covid

Di redazione – 12 Gennaio 2022

Sartorialità, ecosostenibilità e tecnologia si incontrano per la stagione 2022/23 di Tombolini. Il brand marchigiano porta a Pitti Uomo le collezioni **Tombolini - Zero Gravity** e **Tomb Running**, affiancando all'heritage anche la costante volontà di ricerca e innovazione. Tra le diverse proposte, Zero Gravity è la massima espressione della leggerezza dei tessuti, un perfetto mélange di lane stretch, cashmere e seta. "La nostra produzione è made in Italy e sono italiani anche i nostri fornitori - ha spiegato **Silvio Calvigioni Tombolini**, responsabile marketing e commerciale dell'azienda di famiglia - Da tempo siamo impegnati nel ridurre l'impatto ambientale dei processi, e nel portare sul mercato prodotti destinati a durare nel tempo. Le novità presentate a **Pitti Uomo 101** sono la testimonianza degli sforzi fatti per confermare l'alta qualità dei prodotti a marchio Tombolini e per rispondere a una sempre più spiccata sensibilità del consumatore rispetto a temi green".

La capsule Zero Impact, anch'essa al debutto a Firenze, si candida, appunto, a esempio di produzione verde, con uno sguardo rivolto al futuro. Tra i protagonisti, l'abito washable realizzato con materiali lavabili in lavatrice e antibatterici e l'abito biodegradabile. A basso impatto sono anche elementi accessori come gruccia ed etichette. L'innovazione è stata possibile grazie all'utilizzo di fibre naturali ed organiche. Le tecniche produttive limitano i consumi di acqua e Co2.

Oggi è l'export a trainare la performance dell'azienda, con un ottimo riscontro da Russia, Nord Europa e Stati Uniti. Anche l'Italia però registra un trend positivo. "Il 2021 - ha continuato Tombolini - ha avuto un inizio complesso. Il secondo semestre però è stato all'insegna della ripresa, che ci ha permesso di chiudere a +20% sull'anno precedente. Nel 2022 stimiamo di tornare ai livelli pre-Covid. Le pre-collezioni che hanno debuttato a novembre ci hanno già dato grande soddisfazione. Certamente, l'anno si è aperto con numerose incertezze, legate all'evoluzione della pandemia, ma possiamo essere ottimisti".



PH: Tombolini A/I 2022-23



Home > moda

Tombolini al Pitti uomo tra green e hi-tech

Il brand marchigiano Made in Italy sarà protagonista alla kermesse fiorentina

Il brand marchigiano Made in Italy sarà protagonista alla kermesse fiorentina unendo attenzione sartoriale, innovazione ed ecosostenibilità. In scena per la stagione fall-winter 2022/23 le collezioni Tombolini – Zero Gravity e TMB Running. In primo piano la capsule Zero Impact con capi biodegradabili, ecosostenibili e lavabili in lavatrice.

Sartorialità, ecosostenibilità e tecnologia si incontrano per la stagione 2022/23 di Tombolini. Il brand marchigiano Made in Italy al Pitti uomo per presentare le collezioni Tombolini – Zero Gravity e TMB Running, unendo heritage e sguardo improntato a ricerca e innovazione. Mentre storia e know-how si riflettono nel fascino garbato e intramontabile dell'expertise artigianale, dando vita a capi unici per tecnica e cura del dettaglio, l'azienda dimostra anche per questa stagione la capacità e il talento di presentare una proposta coerente e versatile.



Zero Gravity: The lightest suit in the world

La Zero Gravity è la massima espressione della leggerezza dei tessuti, un perfetto mélange di lane stretch, cashmere e seta. Tra i pezzi must c'è l'abito doppiopetto e quello con dettagli revers a lancia e più ampi; ma anche il bomber e i pantaloni con coulisse con l'elastico in fondo. Il knitwear è fatto con lo stesso tessuto da giacca e in primo piano c'è la novità shirt-suit.

Capi formali e upper casual si incontrano in una palette cromatica scandita dal tema Sound of Gray, tra grigi e bianchi dall'anima contemporary. Il Lazuli Blue, must di Tombolini, rimanda alle radici della storia del brand per esprimere un Dna classico e sofisticato, ma anche passione, forza e fiducia.

Accanto al Giada, il Bloodstone sfuma in colori naturali e tonalità sottili verdi, beige e aubergine, per terminare con il Denim. Infine, l'Old Oak, che include una scala dal natural beige al marrone, dona un touch informale e inaspettato, stemperando il rigore dell'inverno e creando effetti ottici e innovativi nel binomio camel-cioccolato.



Tombolini: Classic & dynamic

La prossima cold season di Tombolini pensata per un consumatore elegante, dinamico e aggiornato, si caratterizza per tessuti innovativi appartenenti al mondo classico, ma mai scontati. Se i dettagli spaziano dai bottoni optional e impunture sui revers, tra gli highlights spiccano la linea formale T300 e quella più contemporanea slim drop 8 T800. Accanto ai cappotti dal gusto sartoriale, l'offerta si completa con la maglieria e lo sportswear, insieme a parka e bomber dalle proprietà idrorepellenti.

Dynamic Attitude a Pitti Uomo 101

Passione per l'outdoor, lo sportswear e i richiami allo streetstyle sono i tre ingredienti del design contemporaneo contaminato dal vintage e, all'opposto, dalla tecnologia, presenti nella sezione 'Dynamic Attitude' della fiera Pitti Immagine Uomo alla sua 101esima edizione, presso i padiglioni di Fortezza da Basso a Firenze.

Le proposte
leggeri, conf
Running a fi
bomber in te
con coulisse
marchio ispi
con nuove p
falegname, t
Prima collez
apre un nuo
di essere tra

Le proposte sportive più eleganti utilizzano tessuti iper leggeri, confortevoli e performanti, come il marchio TMB Running a firma Tombolini che porta, tra le novità, l'abito e il bomber in tessuto scuba, la giacca con cappuccio e i pantaloni con coulisse in vita ed elastici sul fondo. L'Impermeabile

Ecoalf 1.0, da poco la collezione premium del marchio, si avvale di tecnologie di ultima generazione votate a ridurre al minimo l'impatto sul pianeta nel realizzare dei total look minimali e lussuosi.

Il formale maschile è anche contaminato dallo sport per l'uomo di Manuel Ritz, in un nuovo concetto tailoring che abbraccia lo stile smart casual, le divise college e lo streetstyle.

Conferma la crescita esponenziale degli ultimi anni, il settore dedicato all'outerwear, con marchi storici come Blauer U.S.A e i suoi giacconi dalla massima protezione contro pioggia e vento, le giacche in piuma imbottite e reversibili e i maglioni norvegesi, la capsule di Canadian ispirata allo stile di vita delle metropoli canadesi e le soluzioni multifunzionali di Duno secondo un connubio techno-sartoriale dal design minimale.

In occasione dei 125 anni, Filson, di proprietà di WP Lavori in Corso, annuncia la licenza e la distribuzione europea del brand made in USA. Anche MCS festeggia un corposo anniversario, 35 anni di abbigliamento autentico di derivazione workwear, militare e vecchio west.

Il mondo dello sport continua l'incessante avanzata tecnologica anche nelle declinazioni urbane. Il mondo della neve arriva in città nei capi di Holubar dall'appeal contemporaneo, nei piumini tecnici e nelle giacche e cappotti a tre strati e idrorepellenti di Add, sulle proposte piuma-jogger di Gimo's e nelle proposte Parajumpers, corredate dell'iconico gancio da paracadutista: un piumino ad altissima tenuta, il parka e una giacca in stile spaziale, il capo più giovane e cool della collezione.

Una versione atletico-chic è rappresentata da Fila che mantiene l'abbigliamento di matrice sportiva nel suo ruolo dominatrice di trendsetter, con pezzi chiave in collezione ispirati al mondo running e allo yoga, giacche da barca e capi con grafiche fuori posto e glitchate.

Navigare veste l'ex campione di nuoto **Massimiliano Rosolino** e il modello e attore **Andrea**

Elias presenta la prima capsule collection 'Eliaso24', lussuoso e stravagante.

Alphatauri, fondato da Red Bull sul medesimo stile presenta una collezione di capi ripiegabili dalle

rain, fondato da tre giovani imprenditori - i fratelli **Azzurra e Giampaolo Moreni** con **Andrea Pucci**, fonde ed esalta le capacità artigianali con l'innovazione di macchinari di ultima generazione e l'uso di materiali spesso sperimentali.

Ne è l'esempio il piumino in 'Dirp Dye', in nylon esclusivo trattato con una tecnica di tintura artigianale a sgocciolatura monocromatica localizzata che crea uno speciale effetto tie-dye.

I giacconi imbottiti e riflettenti di Brekka sono versatili e funzionali al moderno attivismo cittadino, così come perfetti per qualsiasi occasione, dai contesti business all'outdoor, sempre rifiniti con dettagli catarifrangenti ad alta visibilità, i giacconi raffinati di People of Shibuya, marchio di recente concezione, fondato nel 2014, da **Angelo Loffredo, Marco Locatelli** e **Luca Orsatti**.

PUBBLICITÀ

Il denim sperimenta le sue applicazioni, dal giovane preppy style di Closed a quello Made in Italy di Handpicked di una straordinaria maestria artigiana che si estende dai 5 tasche e dai chino ad una capsule di maglieria e alle giacche in lana e cashmere realizzate in chiave sartoriale, con una varietà di tele firmate Isko e Candiani.

Lois Jeans, brand spagnolo di denim indossato negli anni Settanta e Ottanta da personaggi come **Björn Borg, Rod Steward** e gli Abba, riedita la famosa Tejana Jacket, uno dei modelli storici, con un nuovo lavaggio, abbinata ai pantaloni rilassati modello New Bruno.

Per rendere divertente il look, vi si può abbinare la felpa o la maglia Snoopy e Charlie Brown - e di altri iconici personaggi dei fumetti Peanuts - protagonisti della nuova capsule collection di In The Box, replicata nelle calze a tema.

Stilnology riunisce i due universi opposti, eleganza e sport, nel reinterpretare i capispalla più iconici del mondo maschile e li edita in combinazioni di colori vivaci, medesimo gioco di contrasti che applica Tatra sui suoi giacconi dalle fogge contemporanee e di tendenza.

Dal panorama workwear, il brand Tela Genova riporta l'accento sulla matericità e sulle tinture, portando in collezione pantaloni 5 tasche, cargo, giacconi da lavoro e overshirt dai fit moderni con deliziosi trattamenti effetto vintage.

Anche Brooksfield mette in evidenza il concetto della overshirt in flannela check di lana imbottita, aggiunta al classico parka in tessuto militare foderato con pile orsetto.

Infine, Valstar Milano 1911 rilancia il marchio con una nuova Deck Jacket in montone con bottoni in corno e una overshirt in morbido suede foderato.



The sustainable breakthrough of menswear

The January editions of Pitti and Milano moda uomo relaunch the green theme with an offer that brings together established brands and new entries. From Herno and Save the duck, to the duo Jordanluca and the activists of Anti-do-to, the collections are under the banner of reuse, organic materials and natural dyes. For a decisive paradigm shift

The editions of **Pitti uomo** and **Milano fashion week** in January 2022 will once again highlight the green path of well-known and emerging brands. Between returns and debuts, the events accelerate, in fact, the presence of conscious labels. Among the most famous names of the **Pitti 101** edition is **Herno**, which boasts a collection featuring recycled wool, biodegradable and sustainable fabrics under the Herno globe label. The sporty **Save the duck**, a brand specializing in 100% animal and cruelty-free outerwear, this year celebrates the company's first 10 years with a new collection in line with its ethical principles. **Ecoalf** will introduce the 1.5° premium collection, created with 78% recycled materials and 100% vegan outerwear interiors. **Tombolini**, instead, a Zero impact capsule that exalts the attention to the environment in which the focus is the biodegradable garment.

Raeburn returns to Florence with a collection of original and never worn military clothing and accessories. Also worth mentioning is **Pintorie** that uses a yarn without chemical treatments and that is dyed starting from dyeing plants. Among the novelties are **Run of runwastable** that debuts at Pitti uomo with an upcycling project of sneakers made by recovering pre-used biker jackets and the debut of **Premiata's** ready to wear collection, made with multifunctional garments in organic materials. Now in its fourth edition, the **S|Style sustainable style** project brings new responsible fashion talents from all over the world to Florence every year. Among the highlights of next year, there is the theme of upcycling with the English **N Palmer** who recovers vintage garments and fabrics, revisiting them, or deadstock denim as for **Ksenia Schneider**, a Ukrainian duo already famous among international celebrities.

mffashion.com





PITTI IMMAGINE UOMO

MFF
fashion

Tombolini porta il Made in Italy a Doha

Lazienda marchigiana prepara l'apertura di un monobrand nella città del Qatar. Presentato il progetto green Zero impact a favore del pianeta Tombolini porta il Made in Italy a Doha. Fra i marchi presenti a Pitti ci sarà anche il brand di Urbisaglia (Macerata) Tombolini, azienda che fa del Made in Italy il suo punto di forza e che si è distinta negli anni per la forte espansione all'estero. La produzione, secondo quanto riferisce l'azienda marchigiana, è destinata per il 70% al mercato europeo, di cui il 45% all'Italia e, per il resto, ai mercati del Medio Oriente, Nord America, Sud America e Australia. A MFF il ceo dell'azienda Massimo Tombolini ha spiegato le ambizioni del marchio. Che tipo di prodotti esporrete a Pitti? Sartorialità, ecosostenibilità e tecnologia queste le parole chiave per la collezione f-w 22 che presenteremo a Pitti. Si torna quindi a Pitti uomo per presentare le collezioni Tombolini, la Zero gravity e Tmb running, in particolare la linea Zero impact composta dall'abito Washable, realizzato con tessuti e tecniche innovative. L'innovazione è stata possibile grazie all'utilizzo di fibre naturali ed organiche. La nostra storia e know-how si riflettono nel fascino dell'expertise artigianale, dando vita a capi unici per tecnica e cura del dettaglio in tessuti camouflouge e presenteremo l'abito realizzato con tessuti ryc, riciclati e riciclabili. A livello di strategia commerciale, quali sono gli obiettivi per il 2022? Attualmente la politica aziendale è quella di rappresentare in maniera innovativa e contemporanea la qualità delle nostre collezioni e la storia della nostra azienda. Pensate di espandervi e acquisire qualche marchio? Vogliamo aumentare la nostra presenza nei principali negozi multibrand e mall in tutto il mondo con l'apertura di due monobrand ad Almaty e Doha. Quali sono i progetti per i mesi avvenire? Abbiamo presentato un nuovo progetto che si chiama Zero impact per la salvaguardia del nostro paese ponendo molta attenzione all'ambiente e una produzione verde, con uno sguardo rivolto al futuro, dove sarà centrale soprattutto la sostenibilità. (riproduzione riservata)



Le cose da non perdere al prossimo Pitti Uomo

La nuova edizione, dall'11 al 13 gennaio 2022, sarà come sempre alla Fortezza da Basso a Firenze. ▶

 Di Redazione 08/01/2022

Tombolini



COURTESY TOMBOLINI

Tombolini presenta la sua moda elegante ma confortevole, secondo le regole della sartoria contemporanea, che cerca la perfezione del taglio ma anche una comodità destinata solitamente allo sportswear. Completi, giacche doppiopetto o monopetto, qualche felpa, pantaloni chino o sartoriali. Da Pitti Uomo ci sarà tutto.

VANITY FAIR

NEWS FASHION

Pitti Uomo 101: compriamo meno, vestiamoci meglio

È quanto emerge dalle collezioni per l'AI 2022/23 presenti alla 101esima edizione di Pitti Uomo in Fortezza da Basso a Firenze. Il classico si ripensa in versione fluida, lo streetwear si fa più elegante e i capispalla outdoor diventano sempre più protagonisti anche in città



Tombolini

Per Antonio Cristaudo, direttore commerciale e sviluppo di Pitti Immagine, le over jacket come questo modello di Tombolini sono tra i pezzi più forti dell'AI 2022/23.



A Pitti Uomo di gennaio 2022, un viaggio attraverso gli stili del contemporary menswear più evoluto, attraverso un'eleganza che guarda oltre il formale e una proposta crossover riservata al lifestyle dell'uomo contemporaneo

L'evoluzione del classico nelle sue versioni più innovative e contemporanee. Ecco **Fantastic Classic**, uno dei macro temi dell'edizione 101 di Pitti Uomo in scena a Firenze dall'11 al 13 gennaio.

Una selezione di brand autorevoli che, partendo dai codici del classico maschile, ricercano dettagli e accostamenti inediti, **sperimentando un continuo aggiornamento** di temi senza tempo. Dai capispalla tecnici ai pantaloni sartoriali, dagli accessori distintivi al luxury knitwear, collezioni per guardare oltre la tradizione pur continuando a desiderare un guardaroba ineccepibile.

Uno storytelling ricchissimo è quello di **Futuro Maschile**, da sempre tra le sezioni più seguite di Pitti Uomo e nuovo progetto di punta dell'edizione di gennaio. Al Piano Attico prende spazio il viaggio aggiornato attraverso gli stili del contemporary menswear più evoluto.

Da **un'eleganza che guarda oltre il formale** a una proposta crossover riservata al lifestyle dell'uomo di oggi. Futuro Maschile si amplia e rinnova, per raccontare l'attitudine disinvolta di un menswear consapevole e declinato al mix & match tra classico e sportswear.

Focus di stagione i **fabric uniti pregiati**, che vivono una nuova vita, grazie alle vestibilità contemporanee. Creatività ed eccellenza made in Italy, sono l'elemento cardine della collezione, **camicie da indossare in ogni occasione**, capaci di conferire una nuova contemporaneità alla tradizione e alla cura dei dettagli.

Nel nuovo guardaroba maschile, le **lavorazioni di fibre nobili e pregiate** dalle influenze retrò, si mescolano a filati, forme e volumi moderni, creando look sofisticati e contemporanei. La **palette essenziale**, quasi sempre in tinta unita, si alterna a melange, sale e pepe, finestrato o maxi spigati effetto pixelato, ed è fatta di blu, grigio, nero, marrone e bagliori beige e panna. Su tutto un'allure di atmosfere dagli echi noir e dettagli luminosi. I nuovi tessuti sono leggeri, ma al tempo stesso resistenti e anti abrasione, richiamano immediatamente il tecno raso utilizzato negli anni 90, ma in versione deluxe.

P U PITTI IMMAGINE UOMO

MANINTOWN^{MAG}

A PITTI IMMAGINE UOMO L'EVOLUZIONE DELLA MODA PASSA DAI MATERIALI DI PREGIO ALLA SOSTENIBILITÀ

A Pitti Immagine Uomo l'Italia ha dimostrato ancora una volta di essere all'altezza della situazione. Alla 101esima edizione del Salone Internazionale di riferimento per la moda maschile, le aziende hanno tirato fuori l'artiglieria pesante, portando collezioni definite da volumi aggiornati, tagli e materiali di nuova generazione. L'innovazione tecnologica, rivolta soprattutto a una produzione certificata e sostenibile, dà vita a materie prime a basso impatto ambientale o a selezioni di pregio provenienti dai migliori rappresentanti del settore tessile e manifatturiero del Made In Italy.

Una risposta che suona come una dichiarazione importante da parte dei marchi presenti che hanno dato conferma di quanto il Made In Italy rappresenti il cuore pulsante dell'economia del nostro Paese.



Tombolini

Tombolini, grande classico della sartorial italiana, presenta Zero Impact: il primo abito 100% biodegradabile e lavabile in lavatrice, compresi i Bottini, l'etichetta e la sua gruccia, grazie all'utilizzo di sole fibre e materiali organici. Le tecniche produttive avanzate limitano i consumi di acqua e CO2.



PITTI IMMAGINE UOMO



La capsule Zero Impact di Tombolini

Tombolini Zero Impact: abiti biodegradabili

Il numero zero è il leitmotiv per il brand marchigiano **Tombolini** che alla collezione Zero Gravity, massima espressione della leggerezza dei tessuti in un perfetto melange di lane stretch, cashmere e seta, per l'è/i 22/23 si aggiunge la capsule **Zero Impact**.

Il nome stesso è una dichiarazione d'intenti: un prodotto biodegradabile ed ecosostenibile, compresi gli accessori come gruccia ed etichette. L'innovazione si basa sull'utilizzo di fibre naturali ed organiche e le tecniche produttive limitano i consumi di acqua e CO2. Protagonisti quindi di questa capsule sono l'abito washable realizzato con materiali lavabili in lavatrice e antibatterici e l'abito biodegradabile.

A Pitti Uomo di gennaio sarà presentata anche la linea TMB Running, connubio fra heritage e ricerca, eleganza e sport attitude, dove fra le novità ci sarà l'abito doppiopetto in tessuto scuba con giacca a due bottoni e pantaloni a taglio vivo.



thestylelift.com



PITTI IMMAGINE UOMO



I trend del menswear tornano alla Fortezza da Basso in tre percorsi

Il salone fiorentino accende i riflettori sulle sue aree speciali. Si parte dall'evoluzione delleleganza maschile di Fantastic classic, passando per la passione outdoor di Dynamic attitude fino alla ricerca protagonista di Superstyling Pitti uomo sta portando in scena i trend del menswear in tre nuove macro aree che svelano le sue anime trasversali, anticipando i cambiamenti internazionali del comparto in termini di stile, ricerca e ispirazioni. I percorsi speciali si snodano in Fantastic classic, dedicata all'evoluzione delleleganza maschile in continuo aggiornamento e in Dynamic attitude, che fornisce una fotografia delle tendenze dell'outdoor, tra streetwear, sport e abbigliamento tecnico. Infine, Superstyling abbraccia le proposte più sperimentali e fuori dagli schemi, ad alto tasso di creatività. Superstyling Una ricerca di nuovi canoni stilistici pronta a uscire dagli schemi, con un obiettivo. Anticipare le tendenze. Qui, l'estetica incontra il savoir faire sartoriale, lo studio dei materiali e una vision in continua trasformazione, in grado di intercettare nuove identità e dare risposte a molteplici esigenze espressive. Le novità per la prossima cold season arrivano da brand internazionali ad alto tasso creativo. Si parte da Captain Santors, Collégien, Gloverall e Armor lux, questultimo contraddistinto da fantasie stripes di maglieria e camicie, fino a Buttertea con i suoi prodotti soffici che durano nel tempo grazie a una scelta delle migliori fibre lavorate con un'esperienza centenaria in Toscana. Qui i capi di maglieria sono dotati di etichette ecologiche e bottoni in corozo tinti con coloranti vegetali. Hansen racconta il suo abbigliamento intelligente ispirato ai valori nordici, con capi naturalmente resistenti e mai vincolati ai trend del momento. La produzione è made in Europe, con tessuti e rifiniture selezionate a mano. La storia di Harris Wharf London arriva invece da una famiglia di artigianato tessile e innovazione, fino a diventare un marchio classico contemporaneo. La proposta minimal è incentrata sul jersey e su capispalla sfoderati e a taglio vivo. Sotto i riflettori ci sono anche Legitimate defiance, Sanders, National standard e ancora The Quartermaster, Transit e Zespà. E se si parla ancora di tradizione per Manifattura Ceccarelli, che realizza capi tecnici ispirati al mondo dell'outdoor ma adatti anche un uso quotidiano in città, tutta la creatività del mondo dei cappelli è firmata da Superduper, brand fondato a Firenze nel 2011 che dà vita a pezzi unici, dove le migliori materie prime vengono trasformate da un team di giovani artigiani. Fantastic classic Una sezione dalle ispirazioni timeless, dove i codici delleleganza maschile incontrano un twist di accostamenti inediti dal touch sperimentale. È un'evoluzione del classico che investe i capospalla tecnici e i pantaloni sartoriali, ma anche gli accessori distintivi del luxury knitwear. Le collezioni guardano così oltre la tradizione per proporre versioni contemporanee. Tra i brand protagonisti di questa area figurano Alessandro Gherardi, Alphatauri, Amedeo Testoni, ma anche Briglia 1949, Brunello Cucinelli, Caruso e Herno, azienda guidata da Claudio Marenzi e Dekker, firma storica dell'outerwear. Alpha studio porta il suo concetto luxury e lo storico know-how della maglieria nelle forme rilassate dei capi in puro cashmere e poi non mancano Lardini, Latorre, Loake e Manuel Ritz. Ci sono poi Pal Zileri, Paoloni e Paul&Shark che negli anni è arrivato a offrire un total-look sportivo di lusso fatto di materiali tecnici ad alta performance distribuite in 72 Paesi del mondo, Momodesign, Nobis, Orciani e People of Shibuya. E poi ancora Piacenza, marchio ammiraglio del gruppo omonimo guidato da Marco Palmieri, Re-Hash, Stea e Xacus. Tra le novità di Fantastic classic c'è anche la sezione rinnovata di Futuro m, un laboratorio di design tattico per svelare un ricco storytelling in un viaggio del contemporary menswear più evoluto. Dalleleganza che guarda oltre il formale a una proposta crossover riservata al lifestyle dell'uomo di oggi, in un mix tra classico e sportswear. Qui si possono trovare brand come Aldomariacamillo, Avant toi, Faliero Sarti, Felisi, Handpicked, Naviglio Milano fino a Pantofola doro 1886, Pierre Louis Mascia, Premiata e altri ancora. Dynamic attitude L'outdoor si conferma un trend in continua crescita soprattutto dopo l'emergenza sanitaria. Quando lo stile esplora più linguaggi per la vita all'aria aperta, ecco che lascia spazio alla libertà di pensiero e di movimento, in un dialogo da scoprire tra lo sport e lo streetwear. In questo territorio si muovono brand capaci di fondere nelle proprie collezioni comfort, design hi-tech, contaminazioni vintage e sostenibilità. Tra i nomi, 24Bottles è il brand italiano di design nato nel 2013 con l'obiettivo di ridurre l'impatto della plastica sul pianeta. La sua ampia gamma di bottiglie in acciaio inossidabile riutilizzabili e leggerissime ha conquistato 65 Paesi worldwide. Ecoalf è un altro espositore della sezione, portando alla fiera la mission di creare una nuova generazione di prodotti riciclati rispettando la qualità, accanto ci sono anche B.Tactical, Brandblack, Filson, Husky e poi Blauer Usa e Ten c sotto le ali della Fgf industry di Enzo Fusco.





PITTI IMMAGINE UOMO

Quotidiano Nazionale

QN

DALL'11 AL 13 GENNAIO PITTI IMMAGINE UOMO E BIMBO IL TOP DELLA MODA ALLA FORTEZZA DA BASSO DI FIRENZE TITOLO DELL'EVENTO 'REFLECTION': TRE AREE, 600 MARCHI

Publicato il **9 gennaio 2022**

UOMINI E BRAND ALLO SPECCHIO VA IN SCENA L'INVERNO 22-23

La moda allo specchio, per riflettere prima di tutto la realtà: che oggi è fatta di preoccupazione per la situazione pandemica ma anche e soprattutto di voglia di ricominciare, di creare, di tornare a incontrarsi tra addetti ai lavori per fare il punto sul sistema moda italiano, per confrontarsi in strategie di riassetto e di rilancio. Con questo spirito, sul tema accattivante di 'Reflection' di questo Pitti Uomo 101 e Pitti Bimbo 94, che invade tutta la fiera da un'idea di Angelo Figus con le immagini del duo Narente, dall'11 al 13 gennaio ripartono i temi dello stile per l'inverno 2022-2023. E Firenze è la città della ripartenza, della sfida, del tutto è possibile se lo si vuole, in assoluta sicurezza. Cinque diktat per i visitatori con le norme varate dal Governo per tutelare gli imprenditori, i loro collaboratori negli stand, tutti i visitatori, e un presidio tamponi gestito con la Croce Rossa. "Pitti Reflection incarna la volontà di interrogarsi, di andare alla ricerca di ciò che ancora non è stato svelato", racconta il direttore generale di Pitti Immagine Agostino Poletto impegnato nell'organizzazione delle misure anti-pandemia in Fortezza, insieme all'ad Raffaello Napoleone. Entrambi i manager hanno dovuto fronteggiare alcune disdette importanti, come quella di Brunello Cucinelli e alcune altre, per un 10% circa di forfait. Gli espositori di Pitti Uomo restano sempre 600, come pure i circa 200 di Pitti Bimbo. Uno sforzo titanico che pone la fiera fiorentina al primo posto per la ripresa dal vivo delle fiere mondiali, poi verranno le sfilate maschili a Milano e ancora a Parigi. "Abbiamo deciso di non realizzare l'evento clou - spiega Raffaello Napoleone - prima di tutto per senso di responsabilità. Alla Leopolda la sera del 12 gennaio ci sarebbe stata una serata speciale, tra musica e performance e la presentazione di capi d'archivio di Ann Demeulemeester insieme alla nuova collezione voluta del patron Claudio Antonioli che ha rilevato il brand della stilista. L'evento è rimandato a giugno per l'edizione estiva".

Intanto domani sera a Villa Favard, sede del Polimoda, cena di gala per sole 100 persone sparse nei saloni dorati offerta dal Centro di Firenze per la Moda Italiana e dalla sua presidente Antonella Mansi. Un momento di incontro e di scambio di idee, nonché un in bocca al lupo ai saloni della moda che ripartono. Con la Mansi anche Claudio Marenzi presidente di Pitti Immagine. Naturalmente gli ospiti dovranno esibire super green pass e tamponi secondo la legge. Sempre domani, prima del gala, alle 18 alla Manifattura Tabacchi convegno su 'La ripresa della moda passa da Firenze'.

In contemporanea al Giardino dei Semplici, l'antico Orto Botanico di Firenze, Rodo 1956 coi fratelli Gianni e Maurizio Dori, ad e direttore creativo del brand di borse di alta qualità, lanceranno la nuova collezione Rodo Uomo che affianca le linee donna. 'Creative By NatureLuxury Brand + Fashion Makers', con oltre a Rodo, anche Filippo Furst e Mani del Sud e alcuni altri artigiani del lusso.

In Fortezza martedì, inaugurazione ufficiale della fiera a inviti nell'UniCredit Thearte. Poi via a caccia delle novità per il prossimo inverno negli stand. Gli eventi, tutti rigorosamente professionali, senza alcun cocktail. Tra questi, torna Husky al Cavaniglia, coi capi heritage rivisitati in modo contemporaneo da Saverio e Alessandra Moschillo, poi la capsule di calzature di Arhur Arbesser con Baldinini, e l'evento Cuoio di Toscana con l'artista Augusta 23. Sempre la sera dell'11 gennaio al Caffè Paszkowski debutta la collezione invernale di Chiara Boni. E ancora Re-Flag, progetto creativo di Regenesi per clienti esigenti e amanti di borse, zaini ad alta manualità realizzati con un tessuto che nasce dal riciclo e dalla rigenerazione di bottiglie di plastica. Regenesi è nato dall'idea dell'imprenditrice Maria Silvia Pazzi che coltiva i temi della rigenerazione delle materie e del loro uso ecosostenibile e ha sede a Bologna. A Pitti Uomo 101

torna anche Tombolini, tra green e hi-tech, coniugando attenzione sartoriale e ecosostenibilità nello stile di questa famosa azienda marchigiana. In primo piano la capsule Zero Impact con capi biodegradabili, ecosostenibili e lavabili in lavatrice.



P **U** PITTI IMMAGINE UOMO
GAZZETTA DI MANTOVA

Pitti Uomo. Ecofashion, la sfida vinta del riciclo

Presentate a Fortezza da Basso nuove idee e materiali a misura di ambiente. L'unica soluzione per non ridurre la forza lavoro è usare meno materie prime dice Sergio Tamborini presidente Sistema Moda Italia. La moda ricicla e si ricicla. Gli uomini del 2022 useranno sempre più abiti in tessuti amici dell'ambiente e il cashmere prezioso sarà al 50 per cento nuovo e al 50 per cento riusato. È il messaggio che arriva dall'edizione 101 di Pitti Uomo che ha aperto ieri i battenti alla Fortezza insieme a Pitti Bimbo, lanciando per primo, tra i saloni di moda, la sfida del vivere ordinario nell'eccezionalità del momento. E la ricerca di nuovi paradigmi del vestire maschile dopo l'esperienza della pandemia. Il salone lo fa presentando le tendenze più disparate, poiché gli uomini che vogliono tornare a una vita normale si sono innamorati della libertà di scegliere. Con un solo comandamento: «La sostenibilità è il nodo che dobbiamo obbligatoriamente e concretamente sciogliere e che ci lascia solo due soluzioni», dice all'inaugurazione del salone il presidente di Sistema Moda Italia (Smi), Sergio Tamborini. Che prosegue: «O consumiamo meno producendo meno e diminuendo di conseguenza anche la forza lavoro impiegata nel tessile, oppure incrementiamo la produzione diminuendo il consumo di materie prime. La scelta non può essere che questa: si ricicla». Ne è già convinta la moda, stando al Pitti. Come testimonia Patrizia Biondi, presidente di Roy Roger's e figlia dell'inventore, nel 1952, dei primi jeans italiani di cui nello stand in Fortezza si celebrano i 70 anni con una capsule di 30 pezzi «tutti prodotti con denim al 20 per cento riciclato». Biondi aggiunge che è già pronta da Roy Roger's un'altra capsule di jeans in denim interamente riciclato «usando i materiali di sovrapproduzione che altrimenti andrebbero al macero». Cashemire sempre più fifty fifty per le sciarpe che diventano più leggere e vaporose da Faliero Sarti. «È utile», spiega Monica Sarti, terza generazione della storica famiglia del tessile italiano, «sia per salvare l'ambiente sia il portafoglio, visto l'esorbitante aumento del costo delle materie prime». Dunque l'ambiente, la salute del pianeta e dei suoi abitanti, prima di tutto. Il rispetto per la natura si accompagna a quello per le proprie origini. Così nello stand di Hevò sono i colori, le luci e i profumi della Puglia che ispirano la collezione: blu mare, verde oliva, il giallo del raccolto, il bianco dei



all'avanguardia. Anni di ricerca puntigliosa hanno portato a Pitti la Zero Gravity di Tombolini, espressione di leggerezza dei capi ottenuta mischiando lane stretch, cashmere e seta. Dai must have, come l'abito doppiopetto e quello con i rever a lancia, ai bomber e i pantaloni con coulisse, fino alla capsule Zero Impact, con l'abito washable, lavabile in lavatrice, e antibatterico insieme all'abito biodegradabile. Sostenibilità, tecnologia, innovazione e sperimentazione

sono la base scelta anche da Ahirain per la sua etichetta di capispalla genderless Escape the Ordinary. E siccome la moda non solo ricicla i materiali ma anche sé stessa, l'abito formale non sparisce ma si trasforma in Fantastic Classic, come si chiama la sezione di Pitti Uomo ad esso dedicata, e dove l'heritage si mischia continuamente con la contemporaneità. Perfino la super tradizionale giacca della regina, Husky, cambia pelle e diventa moderna e green pur mantenendo la tradizionale trapuntatura a rombi ma con un fit rinnovato e imbottiture eco che vanno dall'ovatta alla piuma d'oca riciclata. Come raccontano Alessandra e Saverio Moschillo, figlia e padre in partnership con Mirko Burrestiniani: «Vogliamo realizzare capi che partano dalla tradizione di Husky, aperti a contaminazioni e tendenze che li riconnettano con la realtà attuale». Come non sparisce il formale, così non scompaiono neppure il casual e lo street che sembravano tramontati finché le comode abitudini casalinghe della pandemia li hanno rilanciati, ma nella nuova forma di Sartorial Street, ovvero lo street style ben curato e ben tagliato che Manuel Ritz declina in capispalla in check, overcheck, gessati, regimental e dal sapore military. Il crossover tra heritage e hoody street del brand si coglie anche nel cappotto over in patchwork.

Tombolini protagonista al Pitti Uomo: sartorialità ed ecosostenibilità si incontrano



Sartorialità, ecosostenibilità e tecnologia si incontrano per la stagione 2022/23 di Tombolini. Il brand marchigiano Made in Italy al Pitti uomo per presentare le collezioni Tombolini - Zero Gravity e TMB Running, unendo heritage e sguardo improntato a ricerca e innovazione. Mentre storia e know-how si riflettono nel fascino garbato e intramontabile dell'expertise artigianale, dando vita a capi unici per tecnica e cura del dettaglio, l'azienda dimostra anche per questa stagione la capacità e il talento di presentare una proposta coerente e versatile.

La prossima stagione fredda di Tombolini pensata per un consumatore elegante, dinamico e aggiornato, si caratterizza per tessuti innovativi appartenenti al mondo classico, ma mai scontati. Se i dettagli spaziano dai bottoni optional e impunture sui revers, tra gli highlights spiccano la linea formale T300 e quella più contemporanea slim drop 8 T800. Accanto ai cappotti dal gusto sartoriale, l'offerta si completa con la maglieria e lo sportswear, insieme a parka e bomber dalle proprietà idrorepellenti.

La Zero Gravity è la massima espressione della leggerezza dei tessuti, un perfetto mélange di lane stretch, cashmere e seta. Tra i pezzi must c'è l'abito doppiopetto e quello con dettagli revers a lancia e più ampi; ma anche il bomber e i pantaloni con coulisse con l'elastico in fondo. Il knitwear è fatto con lo stesso tessuto da giacca e in primo piano c'è la novità shirt-suit.

Capi formali e upper casual si incontrano in una palette cromatica scandita dal tema Sound of Gray, tra grigi e bianchi dall'anima contemporary. Il Lazuli Blue, must di Tombolini, rimanda alle radici della storia del brand per esprimere un Dna classico e sofisticato, ma anche passione, forza e fiducia. Accanto al Giada, il Bloodstone sfuma in colori naturali e tonalità sottili verdi, beige e aubergine, per terminare con il Denim. Infine, l'Old Oak, che include una scala dal natural beige al marrone, dona un touch informale e inaspettato, stemperando il rigore dell'inverno e creando effetti ottici e innovativi nel binomio camel-cioccolato.

La capsule Zero Impact porta in primo piano l'attenzione all'ambiente e una produzione verde, con uno sguardo rivolto al futuro. Tra i protagonisti, l'abito washable realizzato con materiali lavabili in lavatrice e antibatterici e l'abito biodegradabile.

Zero Impact è un progetto che Tombolini mette in campo per la salvaguardia del nostro pianeta, con un prodotto completamente biodegradabile ed ecosostenibile, compresi gli accessori che lo compongono come gruccia ed etichette. L'innovazione è stata possibile grazie all'utilizzo di fibre naturali ed organiche. Le tecniche produttive avanzate limitano i consumi di acqua e CO2.

Il connubio tra sport ed eleganza rivive nei tessuti iperlight e confortevoli e dai molteplici usi, sposando un trend attuale e in continua crescita. I colori nero e blu si abbinano in armonia al tessuto Ryc, accanto al jersey e alle tecno-lane.

Tra le novità, l'abito doppiopetto in tessuto scuba con giacca a due bottoni e il pantalone a taglio vivo. I nuovi prodotti ibridi come la giacca con cappuccio e il bomber sempre in scuba segnano uno stile up-to date. I pantaloni, con coulisse in vita ed elastici sul fondo, sono ideali da portare con felpe, t-shirt e sneakers.

L'abito Running, capo iconico in tessuto stretch della collezione TMB Running, è stato scelto per la terza stagione nella tonalità blu dalla squadra di calcio As Roma, confermando il successo del progetto creativo e sportivo. Nel corso della stagione gli suit saranno indossati durante le occasioni ufficiali del club, incluse le competizioni nazionali ed europee.



P U PITTI IMMAGINE UOMO

GLOBE STYLES

Your style meet your real life



FASHION

Pitti Uomo Gennaio 2022 Tombolini: le collezioni Zero Gravity e TMB Running



Pitti Uomo Gennaio 2022 Tombolini – Sartorialità, ecosostenibilità e tecnologia si incontrano per la stagione autunno inverno 2022 2023 di Tombolini. Il brand marchigiano Made in Italy al Pitti Uomo 101 per presentare le collezioni Tombolini – Zero Gravity e TMB Running, unendo heritage e sguardo improntato a ricerca e innovazione. Mentre storia e know-how si riflettono nel fascino garbato e intramontabile dell'expertise artigianale, dando vita a capi unici per tecnica e cura del dettaglio, l'azienda dimostra anche per questa stagione la capacità e il talento di presentare una proposta coerente e versatile.

Pitti Uomo Gennaio 2022 Tombolini: classic & dynamic

La prossima cold season di Tombolini pensata per un uomo elegante, dinamico e aggiornato, si caratterizza per tessuti innovativi appartenenti al mondo classico, ma mai scontati. Se i dettagli spaziano dai bottoni optional e impunture sui revers, tra gli highlights spiccano la linea formale T300 e quella più contemporanea slim drop 8 T800. Accanto ai cappotti dal gusto sartoriale, l'offerta si completa con la maglieria e lo sportswear, insieme a parka e bomber dalle proprietà idrorepellenti.

Zero Gravity

La **Zero Gravity** è la massima espressione della leggerezza dei tessuti, un perfetto mélange di lane stretch, cashmere e seta. Tra i pezzi must c'è l'abito doppiopetto e quello con dettagli revers a lancia e più ampi; ma anche il bomber e i pantaloni con coulisse con l'elastico in fondo. Il knitwear è fatto con lo stesso tessuto da giacca e in primo piano c'è la novità shirt-suit.

Capi formali e upper casual si incontrano in una palette cromatica scandita dal tema Sound of Gray, tra grigi e bianchi dall'anima contemporary. Il **Lazuli Blue**, must di Tombolini, rimanda alle radici della storia del brand per esprimere un Dna classico e sofisticato, ma anche passione, forza e fiducia. Accanto al Giada, il Bloodstone sfuma in colori naturali e tonalità sottili verdi, beige e aubergine, per terminare con il Denim.

La capsule Zero Impact

La **capsule Zero Impact** porta in primo piano l'attenzione all'ambiente e una produzione verde, con uno sguardo rivolto al futuro. Tra i protagonisti, l'abito washable realizzato con materiali lavabili in lavatrice e antibatterici e l'abito biodegradabile. Zero Impact è un progetto che Tombolini mette in campo per la salvaguardia del nostro pianeta, con un prodotto completamente biodegradabile ed eco-sostenibile, compresi gli accessori che lo compongono come giuccia ed etichette. L'innovazione è stata possibile grazie all'utilizzo di fibre naturali ed organiche. Le tecniche produttive avanzate limitano i consumi di acqua e CO2.

TMB Running



Il connubio tra sport ed eleganza rivive nei tessuti iperlight e confortevoli e dai molteplici usi, sposando un trend attuale e in continua crescita. I colori nero e blu si abbinano in armonia al tessuto Ryc, accanto al Jersey e alle techno-lane. Tra le novità, l'abito doppiopetto in tessuto scuba con giacca a due bottoni e il pantalone a taglio vivo. I nuovi prodotti ibridi come la giacca con cappuccio e il bomber sempre in scuba segnano uno stile up-to date. I pantaloni, con coulisse in vita ed elastici sul fondo, sono ideali da portare con felpe, t-shirt e sneakers.

L'abito **Running**, capo iconico in tessuto stretch della collezione TMB Running, è stato scelto per la terza stagione nella tonalità blu dalla **squadra di calcio As Roma**, confermando il successo del progetto creativo e sportivo. Nel corso della stagione gli suit saranno indossati durante le occasioni ufficiali del club, incluse le competizioni nazionali ed europee.



P U PITTI IMMAGINE UOMO
CRISALIDE
PRESS



TOMBOLINI A PITTI UOMO TRA EREDITÀ E INNOVAZIONE

Sartorialità, ecosostenibilità e tecnologia si incontrano per la stagione 2022/23 di Tombolini. Il brand marchigiano Made in Italy al Pitti Uomo per presentare le collezioni Tombolini – Zero Gravity e TMB Running, unendo heritage e sguardo improntato a ricerca e innovazione.

La Zero Gravity è la massima espressione della leggerezza dei tessuti, un perfetto mélange di lane stretch, cashmere e seta. Tra i pezzi must c'è l'abito doppiopetto e quello con dettagli revers a lancia e più ampi; ma anche il bomber e i pantaloni con coulisse con l'elastico in fondo. Il knitwear è fatto con lo stesso tessuto da giacca e in primo piano c'è la novità shirt-suit.

Capi formali e upper casual si incontrano in una palette cromatica scandita dal tema Sound of Gray, tra grigi e bianchi dall'anima contemporary. Il Lazuli Blue, must di Tombolini, rimanda alle radici della storia del brand per esprimere un Dna classico e sofisticato, ma anche passione, forza e fiducia. Accanto al Giada, il Bloodstone sfuma in colori naturali e tonalità sottili verdi, beige e aubergine, per terminare con il Denim. Infine, l'Old Oak, che include una scala dal natural beige al marrone, dona un touch informale e inaspettato, stemperando il rigore dell'inverno e creando effetti ottici e innovativi nel binomio camel-cioccolato.

TMB Running: Il connubio tra sport ed eleganza rivive nei tessuti iperlight e confortevoli e dai molteplici usi, sposando un trend attuale e in continua crescita. I colori nero e blu si abbinano in armonia al tessuto Ryc, accanto al jersey e alle tecno-lane.

Tra le novità, l'abito doppiopetto in tessuto scuba con giacca a due bottoni e il pantalone a taglio vivo. I nuovi prodotti ibridi come la giacca con cappuccio e il bomber sempre in scuba segnano uno stile up-to date. I pantaloni, con coulisse in vita ed elastici sul fondo, sono ideali da portare con felpe, t-shirt e sneakers.





JUNGLAMI

JUST IN GLAMOUR

Pitti Uomo 101: moda e tendenze per l'Autunno/Inverno 2022/2023

Tombolini

L'attenzione sartoriale si mescola alla innovazione e alla ecosostenibilità nella collezione Tombolini per l'Autunno/Inverno 2022/2023. L'azienda italiana porta a Pitti Immagine Uomo 2022 quattro linee caratterizzate ciascuna da una identità ben precisa.

Tombolini Classic & Dynamic è espressione di uno stile classico ma mai scontato, che unisce eleganza e vocazione sportiva, tessuti preziosi e materiali di ultima generazione. **Zero Gravity** celebra la leggerezza e lo fa attraverso un "perfetto mélange di lane stretch, cashmere e seta". I capi della linea sono formali e *upper casual* e la palette cromatica spazia tra grigi e bianchi dall'anima contemporary.

Zero Impact fa parte di un progetto di Tombolini per la salvaguardia del pianeta ed è caratterizzata da un prodotto completamente biodegradabile ed ecosostenibile. I capi sono in fibre naturali e organiche e sono realizzati con tecnologie all'avanguardia che limitano i consumi di acqua e CO2. **TMB Running** è un mix di sport ed eleganza, in cui tessuti iperlight, jersey e tecno-lane danno forma a uno stile attuale e confortevole. Non a caso, l'inconico completo Running è stato scelto per la terza stagione nella tonalità blu dalla squadra di calcio AS Roma.



Il completo Running della linea TMB Running. Photo courtesy: Guitar





PITTI IMMAGINE UOMO

ZOX

Tombolini: “La Nuova Frontiera Del Classico È 100% Biodegradabile”



A Pitti Immagine Uomo il brand marchigiano dall'anima eco-responsabile presenta la capsule Zero Impact con capi biodegradabili, ecosostenibili e lavabili in lavatrice





MODA

AL VIA OGGI PITTI UOMO 2022: LA RIPARTENZA DELLA MODA PASSA DA FIRENZE

11/01/2022

PITTI UOMO NON SI FERMA: INIZIA OGGI L'EDIZIONE DI GENNAIO 2022 A FORTEZZA DA BASSO A FIRENZE

Dopo la rinuncia di [Brunello Cucinelli](#), l'annullamento delle sfilate di [Armani](#) e la scelta di [Jw Anderson](#) di rimandare il debutto fisico previsto alla [Milano Fashion Week](#), inizia oggi alla Fortezza da Basso l'edizione 2022 di Pitti Uomo. Il messaggio, già anticipato dalle dichiarazioni di Raffaello Napoleone, è chiaro: Pitti vuole essere una certezza per i professionisti del mondo della moda e per il settore in generale. E così questa edizione, programmata in un momento particolare in cui il mondo si trova ancora una volta a fare i conti con una nuova ondata della pandemia e con il conseguente aumento dei contagi, assume un valore simbolico di ripartenza e convivenza con il virus. Non è semplice, afferma [Napoleone](#), organizzare un evento di tale portata in questo momento, ma per fare impresa bisogna prendersi delle responsabilità.

Siamo pronti a dare il nostro contributo alla ripresa della moda italiana e del commercio internazionale. Tutta la struttura di Pitti Immagine ha lavorato per aprire il salone in completa sicurezza, e con un formato espositivo rinnovato ma sempre disegnato sulle stesse caratteristiche di selezione, curatela e impatto comunicativo che, insieme al programma degli eventi speciali, hanno reso Pitti Uomo il punto di riferimento mondiale della moda e del lifestyle maschile. Perciò attribuiamo anche un valore simbolico a questa edizione 101. Le aziende hanno risposto con entusiasmo, non nascondono le difficoltà ma al tempo stesso esprimono una grande energia, una ferma volontà di tornare a rappresentarsi con le loro migliori qualità. Abbiamo numeri in chiara crescita rispetto all'ultima edizione, sia sul fronte degli espositori sia su quello dei compratori, dall'Italia, dall'Europa e dal Medio Oriente.

PITTI UOMO 2022 NON È STATO ANNULLATO: COSA VEDERE NELL'EDIZIONE DI GENNAIO 2022

A luglio erano 395, di cui 113 esteri, i brand che avevano preso parte alla manifestazione fiorentina. Oggi sono 540, 151 provenienti dall'estero, a dimostrazione che il settore vuole ripartire, e continua a riconoscere in Pitti un punto di riferimento nel mondo del menswear e del lifestyle a livello mondiale.

PITTI UOMO 2022 NON È STATO ANNULLATO: COSA VEDERE NELL'EDIZIONE DI GENNAIO 2022

A luglio erano 395, di cui 113 esteri, i brand che avevano preso parte alla manifestazione fiorentina. Oggi sono 540, 151 provenienti dall'estero, a dimostrazione che il settore vuole ripartire, e continua a riconoscere in Pitti un punto di riferimento nel mondo del menswear e del lifestyle a livello mondiale.



Il percorso di Pitti Uomo 2022 si articola in quattro macro aree, quattro percorsi speciali che raccontano le diverse anime del menswear oggi. La prima, Fantastic Classic, racconta l'evoluzione del classico nelle sue varianti più innovative e contemporanee, tra i tanti brand in questa area troviamo [Alber Elbers](#), [Amedeo Testoni](#), [Bugatti](#), [Caruso](#), [KNT](#) di [Tombolini](#), [Tombolini](#) e [Tombolini](#), una community di circa 90 brand, che racconta gli stili di menswear più evoluti, un mix & match tra classico e sportswear.

Seguono poi l'area Dynamic Attitude, dove brand come [Colmar](#), [Kangol](#), [Lotto](#) e tanti altri, raccontano il mondo dell'outdoor, visto come punto d'incontro tra sport e streetwear, e poi Superstyling dove

L'ANDAMENTO DELLA MODA UOMO NEL 2021

Il Centro Studi di Confindustria Moda ha pubblicato un report sull'andamento della moda nel 2021. Terminato il 2020 con un calo del -19,5%, nel 2021 il menswear ha sperimentato un ritorno in area positiva. Si stima infatti una chiusura del 2021 con una crescita dell'11%, un dato positivo che tuttavia non ripiana le perdite del 2020. Tutti i comparti e le macro aree sono coinvolte da un andamento positivo, ad eccezione del segmento delle cravatte che resta caratterizzato da una dinamica di segno negativo (sono infatti state meno le occasioni in cui indossare abiti formali, e probabilmente anche a livello di tendenze moda la cravatta è un accessorio riposto momentaneamente da parte).

E il mercato estero? Fortunatamente, lo stop alla crescita delle esportazioni di moda uomo resta un fenomeno circoscritto al 2020. Nel 2021, infatti, l'export torna ad espandersi, con una variazione base pari al +11,2% con il livello delle vendite che passerebbe a poco più di 6,5 miliardi di euro. Circa le principali destinazioni in prima posizione troviamo la Svizzera, seguono Germania e Francia e balza al quinto posto la Cina. La maglieria risulta il prodotto più esportato, seguito dall'abbigliamento in pelle.

Cresce in modo più modesto l'import, con una crescita stimata al +1,7% nei dodici mesi del 2021. Relativamente al mercato di approvvigionamento la Cina si conferma il top supplier, nonostante una flessione accusata nel 2020, con un'incidenza del 14,0%. In seconda posizione il Bangladesh seguito dalla Francia.



Pitti Uomo e Pitti Bimbo in contemporanea a Firenze dall'11 al 13 gennaio 2022

Pitti Immagine Uomo 101 e **Pitti Immagine Bimbo 94** si svolgeranno in contemporanea alla **Fortezza da Basso di Firenze dall'11 al 13 gennaio 2022**. Ci ritroveremo insieme a Firenze, per conoscere le novità, parlare di moda e tendenze con ospiti internazionali, designer emergenti e brand affermati. Tanti gli eventi e le partecipazioni speciali in programma, che abbiamo iniziato a svelare nelle scorse settimane, e che proietteranno espositori e visitatori al centro della scena fashion, in un'atmosfera ricca di stimoli e di suggestioni per la prossima stagione.

“Siamo pronti a dare il nostro contributo alla ripresa della moda italiana e del commercio internazionale”, **dice Raffaello Napoleone, amministratore delegato di Pitti Immagine**. “Tutta la struttura di Pitti Immagine è al lavoro per aprire il salone in completa sicurezza – un'attenzione che è stata molto apprezzata dai visitatori la scorsa estate, soprattutto da chi veniva dall'estero, un vero e proprio fattore competitivo in questa fase – e con un formato espositivo rinnovato ma sempre disegnato sulle stesse caratteristiche di selezione, curatela e impatto comunicativo che, insieme al programma degli eventi speciali, hanno reso Pitti Uomo il punto di riferimento mondiale della moda e del lifestyle maschile. Perciò attribuiamo anche un valore simbolico a questa edizione 101. Le aziende stanno rispondendo con entusiasmo, non nascondono le difficoltà ma al tempo stesso esprimono una grande energia, una ferma volontà di tornare a rappresentarsi con le loro migliori qualità. Avremo numeri in chiara crescita rispetto all'ultima edizione, sia sul fronte degli espositori sia su quello dei compratori, dall'Italia e dall'Europa. La presenza asiatica sarà ancora limitata, mentre il Nord America, il Medio Oriente e la Russia risponderanno bene sul piano delle presenze più importanti.”

MAECI e AGENZIA ICE sostengono Pitti Uomo e le edizioni invernali dei saloni

Il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale e l'ICE – Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane valorizzano il ruolo di Firenze sulla scena internazionale nel comparto moda attraverso il sostegno ai saloni invernali di Pitti Immagine. Un contributo fondamentale per la versione fisica e digitale dei saloni, per i programmi di incoming degli operatori esteri, per gli eventi e la promozione. Inoltre Agenzia ICE, per la quinta edizione in partnership con la direzione Pitti Tutoring & Consulting con il progetto YOUNG ITALIAN START UP AROUND THE WORLD, sostiene un'area speciale alla Fortezza da Basso per valorizzare start up del Made in Italy.

I BUYER INTERNAZIONALI che hanno già confermato la loro partecipazione

Tra i buyer dei più importanti department store internazionali, gli shop e le boutique di ricerca, i retailer online, hanno già confermato la loro presenza a Pitti Uomo 101 nomi come:

FANTASTIC CLASSIC

L'evoluzione del classico nelle sue versioni più innovative e contemporanee.

Una selezione di brand autorevoli che, partendo dai codici del classico maschile, ricercano dettagli e accostamenti inediti, sperimentando un continuo aggiornamento di temi senza tempo. Dai capispalla tecnici ai pantaloni sartoriali, dagli accessori distintivi al luxury knitwear, collezioni per guardare oltre la tradizione pur continuando a desiderare un guardaroba ineccepibile.

Tra i brand di *Fantastic Classic* ci sono: **Alessandro Gherardi, Alpha Studio, Alphatauri, Amedeo Testoni, Baldessarini, Berwich, Borriello, Briglia 1949, Brunello Cucinelli, Bruno Manetti Cashmere, Bugatti, Caruso, Chapal, Dekker, Doucal's, Filippo De Laurentiis, Gran Sasso, Guy Rover, Heinz Bauer Manufaktur, Herno, Herno Laminar, Kired, KNT Kiton New Textures, Lardini, Latorre, L'Impermeabile, Loake, Lords & Fools, Luigi Borrelli Napoli, Manuel Ritz, Marco Pescarolo Napoli, Mario Portolano, Maurizio Massimino, Mazzarelli, Momodesign, Nobis, Orciani, P.M.D.S. Premium Mood Denim Superior, Pal Zileri, Paoloni, Paul & Shark, People of Shibuya, Piacenza Cashmere 1733, Piquadro, Re – Hash, Richard J. Brown Italian Luxury Denim, Roy Robson, Roy Roger's, Sartorio, Schneiders, Seraphin, Sonrisa Camiceria Uomo, Soss, Stile Latino, Tateossian London, Tatra, Tbd Eyewear, Thompson of London, TMB, TOF_Massimo Rebecchi, **Tombolini**, Tossa, Vocier e Xacus.**





Pitti Uomo non si ferma: al via l'edizione 101 in contemporanea con Pitti Bimbo 94

gennaio 10 | Pubblicato da Luigi Sorreca | News



Pitti Immagine Uomo 101 e Pitti Immagine Bimbo 94 si svolgono in contemporanea alla Fortezza da Basso di Firenze dall'11 al 13 gennaio 2022. Ci ritroviamo insieme a Firenze, per conoscere le novità, parlare di moda e tendenze con ospiti internazionali, designer emergenti e brand affermati. Tanti gli eventi e le partecipazioni speciali in programma, che abbiamo iniziato a svelare nelle scorse settimane, e che proletteranno espositori e visitatori al centro della scena fashion, in un'atmosfera ricca di stimoli e di suggestioni per la prossima stagione.

"Siamo pronti a dare il nostro contributo alla ripresa della moda italiana e del commercio internazionale", dice Raffaello Napoleone, amministratore delegato di Pitti Immagine. "Tutta la struttura di Pitti Immagine ha lavorato per aprire il salone in completa sicurezza – un'attenzione che è stata molto apprezzata dai visitatori la scorsa estate, soprattutto da chi veniva dall'estero, un vero e proprio fattore competitivo in questa fase – e con un formato espositivo rinnovato ma sempre disegnato sulle stesse caratteristiche di selezione, curatela e impatto comunicativo che, insieme al programma degli eventi speciali, hanno reso Pitti Uomo il punto di riferimento mondiale della moda e del lifestyle maschile. Perciò attribuiamo anche un valore simbolico a questa edizione 101. Le aziende hanno risposto con entusiasmo, non nascondono le difficoltà ma al tempo stesso esprimono una grande energia, una ferma volontà di tornare a rappresentarsi con le loro migliori qualità. Abbiamo numeri in chiara crescita rispetto all'ultima edizione, sia sul fronte degli espositori sia su quello dei compratori, dall'Italia, dall'Europa e dal Medio Oriente.

MAECI e AGENZIA ICE sostengono Pitti Uomo e le edizioni invernali dei saloni

Il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale e l'ICE – Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane valorizzano il ruolo di Firenze sulla scena internazionale nel comparto moda attraverso il sostegno ai saloni invernali di Pitti Immagine. Un contributo fondamentale per la versione fisica e digitale dei saloni, per i programmi di incoming degli operatori esteri, per gli eventi e la promozione. Inoltre Agenzia ICE, per la quarta edizione in partnership con la direzione Pitti Tutoring & Consulting con il progetto YOUNG ITALIAN START UP AROUND THE WORLD, sostiene un'area speciale alla Fortezza da Basso per valorizzare start up del Made in Italy.

I BUYER INTERNAZIONALI che hanno già confermato la loro partecipazione

Tra i buyer dei più importanti Department store internazionali, gli shop e le boutique di ricerca, i retailer online, hanno già confermato la loro presenza a Pitti Uomo 101 nomi come:

Abseits (Germania), Aallard (Francia), Alshaya (Kuwait), Amicis (Austria), Aprosop (Germania), August Pfueller (Germania), Auzmendi (Spagna), AW Rostamani (Emirati Arabi Uniti), Bloomingdale's (Stati Uniti), Braun (Germania), Breuning (Germania), Browns (Regno Unito), Bungalow (Germania), CNTRBND (Canada), Daniels (Germania), Dantendorfer (Austria), Doshaburi (Spagna), End Clothing (Regno Unito), Galeries Lafayette (Francia), Globus (Svizzera), Hannover (Spagna), Harvey Nichols Londra (Regno Unito), Harvey Nichols Riyadh (Arabia Saudita), Hionidis (Grecia), Hirmer (Germania), Illum (Danimarca), ITK (Lettonia), La Maison Simons (Canada), La Samaritaine (Francia), Le Bon Marché (Francia), Le Gray (Arabia Saudita), Level (Emirati Arabi Uniti), Lodenfrey (Germania), Moeller & Moeller (Germania), Nino Alvarez (Spagna), Peek & Cloppenburg (Germania), Pompeu (Spagna), Printemps (Francia), Rialto Living (Spagna), Rosa & Teixeira (Portogallo), Sagmeister (Austria), Santa Eulalia (Spagna), Selfridges (Regno Unito), Silver Deer (Messico), Sinteks (Azerbaijan), Smets (Lussemburgo), Soer Bonavest (Germania), Stiji (Belgio), Stockmann (Finlandia), Strolz (Austria), The Business Fashion (Regno Unito), The Optimist (Stati Uniti), The Webster (Stati Uniti), Tom Greyhound (Francia), Trunk (Regno Unito), Tsum (Russia), Voo Store (Germania), YME (Norvegia).

UNICREDIT MAIN SPONSOR DI PITTI IMMAGINE

Prosegue la collaborazione triennale di Pitti Immagine con UniCredit, Gruppo bancario paneuropeo determinato a mantenere forte il radicamento sui territori e un rapporto a tutto campo con le comunità nelle quali opera, sostenendole su molteplici fronti. Concentrata sui temi della sostenibilità e dell'innovazione, con una particolare attenzione al sostegno all'internazionalizzazione delle aziende italiane, la collaborazione con UniCredit si concretizzerà a Pitti Uomo, oltre che con il progetto Sustainable Style, anche con il programma di appuntamenti dell'UniCredit Theatre, l'arena all'interno della Fortezza da Basso dove nei tre giorni del salone verranno presentati talk e conversazioni dedicate a sostenibilità e innovazione, tra moda, economia, retail e lifestyle. "La partnership con Pitti è una testimonianza del nostro impegno a sostegno delle imprese del Made in Italy – ha dichiarato Livio Stelati, Head of Territorial Development UniCredit Centro Nord – delle eccellenze produttive che si contraddistinguono per la capacità di coniugare tradizione, innovazione e sostenibilità e di rispondere concretamente alle sfide di questo momento storico che richiede un forte impegno di tutti verso la transizione ecologica. In UniCredit ne siamo consapevoli ed abbiamo avviato da tempo diverse iniziative in tal senso. La nostra strategia di business ci vede impegnati nel supportare i clienti, le comunità, i partner e l'industria in generale, facendo la nostra parte nel finanziare la transizione verso un'economia più sostenibile e inclusiva".

PITTI REFLECTIONS

Il nuovo tema dei saloni invernali di Pitti Immagine

PITTI REFLECTIONS è il nuovo tema di questa edizione dei saloni: filo conduttore degli allestimenti in Fortezza e Leopolda, firmati dal creative director Angelo Figus, e impulso per la campagna pubblicitaria scattata dal duo Narènte in un set fotografico di grande impatto.

"Il tema editoriale è sempre un argomento importante per le edizioni di Pitti, a cui dedichiamo grande attenzione", spiega Agostino Poletto, direttore generale di Pitti Immagine. "Per inciso, quello del 2020 'Show your flags' è stato selezionato dall'ADI Design Index per il Premio Compasso d'Oro, ne siamo molto fieri. PITTI REFLECTIONS significa riflessioni, ma anche riflessi, interiori ed esteriori, finestre che si aprono, sguardi che portano dentro e l'industria in generale, rimandi che vanno oltre quello che ci si aspetta per rappresentare un nuovo inizio, proprio come Pitti Uomo 101".

I BRAND PROTAGONISTI*

540 brand in totale, di questi 151 provengono dall'estero (28% del totale)

Tutti i brand che partecipano a Pitti Uomo 101 alla Fortezza da Basso sono anche presenti nella piattaforma digitale Pitti Connect. 37 i brand che partecipano a Pitti Uomo solo su Connect

IL PERCORSO DI PITTI UOMO*

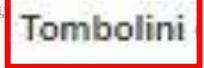
Il percorso all'interno delle collezioni alla Fortezza da Basso si articola in 4 macro aree, 4 percorsi speciali che raccontano le diverse anime del menswear di oggi: Fantastic Classic, Dynamic Attitude e Superstyling, più lo speciale progetto espositivo dedicato al menswear responsabile S|Style sustainable style.

FANTASTIC CLASSIC

L'evoluzione del classico nelle sue versioni più innovative e contemporanee.

Una selezione di brand autorevoli che, partendo dai codici del classico maschile, ricercano dettagli e accostamenti inediti, sperimentando un continuo aggiornamento di temi senza tempo. Dal capisaldi tecnici ai pantaloni sartoriali, dagli accessori distintivi al luxury knitwear, collezioni per guardare oltre la tradizione pur continuando a desiderare un guardaroba ineccepibile.

Tra i brand di Fantastic Classic ci sono: Alpha Studio, Amedeo Testoni, Berwich, Borriello, Briglia 1949, Bruno Manetti Cashmere, Bugatti, Caruso, Chapal, Cruciani, Daniele Fiesoli, Dekker, Doucal's, Filippo De Laurentis, FTC, Germano, Gran Sasso, Guy Rover, Heinz Bauer Manufaktur, Herno, Herno Laminar, Kired, KNT Kiton New Textures, Lardini, Latorre, L'Impermeabile, Luigi Borrelli Napoli, Manuel Ritz, Marco Pescarolo Napoli, Mario Portolano, Maurizio Massimino, Momodesign, P.M.D.S. Premium Mood Denim Superior, Pal Zileri, Paoloni, Paul & Shark, People of Shibuya, Phil Petter, Piacenza Cashmere 1733, Piquadro, Re – Hash, Richard J. Brown Italian Luxury Denim, Roy Robson, Roy Roger's, Sartorio, Schneiders, Seraphin, Sorrisa Camicoria Uomo, Stefano Ricci, Stetson, Stile Latino, Tatra, Tbd Eyewear, TMB, TOF_Massimo Rebecchi.





PITTI IMMAGINE UOMO

ModaTerapia

Tombolini al Pitti uomo tra green e hi-tech

Il brand marchigiano Made in Italy sarà protagonista alla kermesse fiorentina unendo attenzione sartoriale, innovazione ed ecosostenibilità. In scena per la stagione fall- winter 2022/23 le collezioni Tombolini – Zero Gravity e TMB Running. In primo piano la capsule Zero Impact con capi biodegradabili, ecosostenibili e lavabili in lavatrice.



Sartorialità, ecosostenibilità e tecnologia si incontrano per la stagione 2022/23 di Tombolini. Il brand marchigiano Made in Italy al Pitti uomo per presentare le collezioni Tombolini – Zero Gravity e TMB Running, unendo heritage e sguardo improntato a ricerca e innovazione. Mentre storia e know-how si riflettono nel fascino garbato e intramontabile dell'expertise artigianale, dando vita a capi unici per tecnica e cura del dettaglio, l'azienda dimostra anche per questa stagione la capacità e il talento di presentare una proposta coerente e versatile.

Tombolini: Classic & dynamic

La prossima cold season di Tombolini pensata per un consumatore elegante, dinamico e aggiornato, si caratterizza per tessuti innovativi appartenenti al mondo classico, ma mai scontati. Se i dettagli spaziano dai bottoni optional e impunture sui revers, tra gli highlights spiccano la linea formale T300 e quella più contemporanea slim drop 8 T800. Accanto ai cappotti dal gusto sartoriale, l'offerta si completa con la maglieria e lo sportswear, insieme a parka e bomber dalle proprietà idrorepellenti.

Zero Gravity: The lightest suit in the world

La Zero Gravity è la massima espressione della leggerezza dei tessuti, un perfetto mélange di lane stretch, cashmere e seta. Tra i pezzi must c'è l'abito doppiopetto e quello con dettagli revers a lancia e più ampi; ma anche il bomber e i pantaloni con coulisse con l'elastico in fondo. Il knitwear è fatto con lo stesso tessuto da giacca e in primo piano c'è la novità shirt-suit.

Ecosostenibilità con la capsule Zero Impact

La capsule Zero Impact porta in primo piano l'attenzione all'ambiente e una produzione verde, con uno sguardo rivolto al futuro. Tra i protagonisti, l'abito washable realizzato con materiali lavabili in lavatrice e antibattenti e l'abito biodegradabile.

Zero Impact è un progetto che Tombolini mette in campo per la salvaguardia del nostro pianeta, con un prodotto completamente biodegradabile ed eco-sostenibile, compresi gli accessori che lo compongono come giacca ed etichette. L'innovazione è stata possibile grazie all'utilizzo di fibre naturali ed organiche. Le tecniche produttive avanzate limitano i consumi di acqua e CO2.



Pitti Immagine Uomo tra #safe rules e sostenibilità nelle collezioni di Futuro Maschile

(PRIMAPRESS) - FIRENZE - Il mantra di Pitti Immagine Uomo, in corso a Fortezza da Basso a Firenze fino a domani 13 gennaio, continua ad essere la sostenibilità declinata nei tessuti ma anche nelle strategie di comunicazione. E la rivoluzione green della moda piace anche alla finanza tanto che il tema si pone al centro dell'incontro organizzato da UniCredit e Pitti Immagine. A Pitti Uomo torna, per la quarta volta, il progetto espositivo S|Style sustainable style, a cura della fashion editor Giorgia Cantarini, con una nuova selezione di giovani label e stilisti che fanno dell'eco-responsabilità un concetto imprescindibile. Il processo di scelta dei brand è riassumibile in 3 R: riciclare, riutilizzare, reinventare», consentendo di selezionare dieci marchi ben assortiti. Anche l'esordio dei brand stranieri parla di sostenibilità come il finlandese Latimmier di Ervin Latimer promosso da Fashion in Helsinki 2022 al Palazzo Finlandese. All'interno della Fortezza, il percorso

espositivo si snoda lungo tre macro aree, pensate per raccontare le diverse anime del menswear odierno: Fantastic Classic, Dynamic Attitude, Superstyling. Nella prima il leitmotiv è l'evoluzione del classico, che gli autorevoli marchi presenti (fra i tanti Pal Zileri, Herno, Orciani, Stefano Ricci, Tombolini, Ark) mirano a rendere innovativo e a dare nuovi dettagli e accostamenti inediti, fornendo un punto di forza tempo del guardaroba, dai pantaloni tailored all'outerwear, dagli accessori distintivi alla maglieria, così da guardare oltre la tradizione, avendo cura, ovviamente, di valorizzare la preziosità di capi e accessori dalla fattura perfetta. Nell'ambito di Fantastic Classic, la novità è rappresentata dall'ampliamento e rinnovamento della sezione Futuro Maschile, tra le più seguite di Pitti, una finestra sul contemporary menswear che fa della scioltezza, del mix & match tra pezzi classici e abbigliamento sportivo il suo punto di forza, proponendosi come progetto di punta di questa 101esima edizione. Il Piano Attico dell'edificio è pronto ad accogliere una community di circa 90 etichette: i nomi si sprecano, dai masterpiece in forma di calzatura di Alden, Barrett, Green George e Paraboot ai capispalla d'autore di Sealup, Ruffo e Lodenfrey, al knitwear di Roberto Collina, Avant Toi e Scaglione. Dynamic Attitude identifica nell'outdoor il terreno comune tra sport e streetwear, dove si muovono aziende per le quali comfort e libertà sono atout imprescindibili, da declinarsi però in design innovativi, ricercati, commisti a influenze vintage o dall'anima tech. Gli esempi sono diversi: Blauer USA, Lotto, 24 Bottles, Voile Blanche e Filson; quest'ultimo, distribuito dal gruppo italiano WP Lavori in Corso che se ne è appena aggiudicato la licenza per l'Europa e una quota del 10%, festeggia i suoi 125 anni con un evento che mixerà musica, divertimento, cibo e pezzi unici, in linea con lo stile americano del brand. Il fulcro di Superstyling è invece l'anticipazione dei trend, l'individuazione di nuovi canoni stilistici che passa necessariamente attraverso sperimentazione e scelte estetiche fuori dagli schemi, supportate da sapienza sartoriale e una visione in continuo divenire; qualità che accomunano le griffe internazionali on stage, come Zespà, Olow, Superduper, Armor Lux e Rolf Ekroth, nelle cui collezioni si si guarda a superare il concetto di stagionalità. - (PRIMAPRESS)

gettyimages®



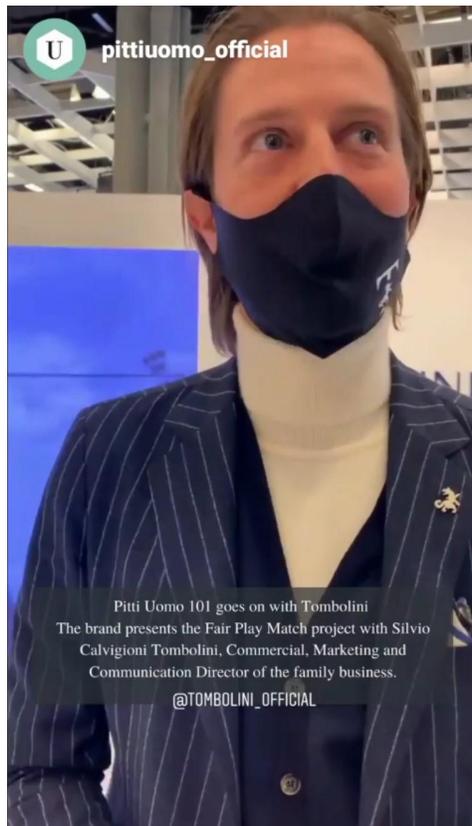


PITTI IMMAGINE UOMO



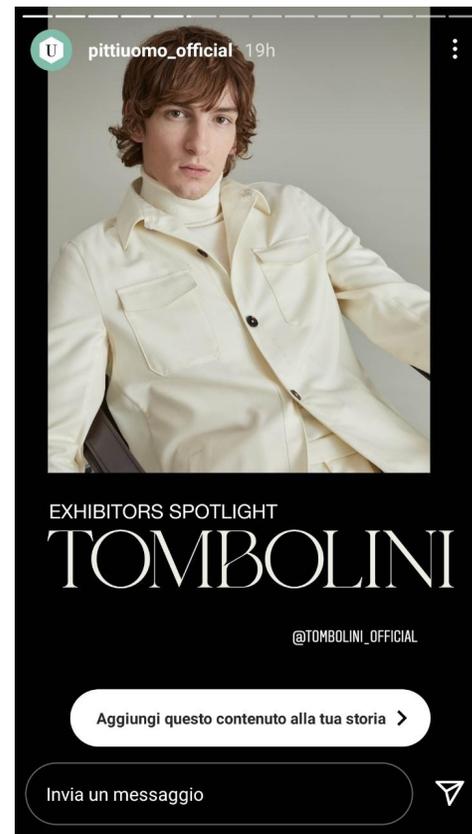
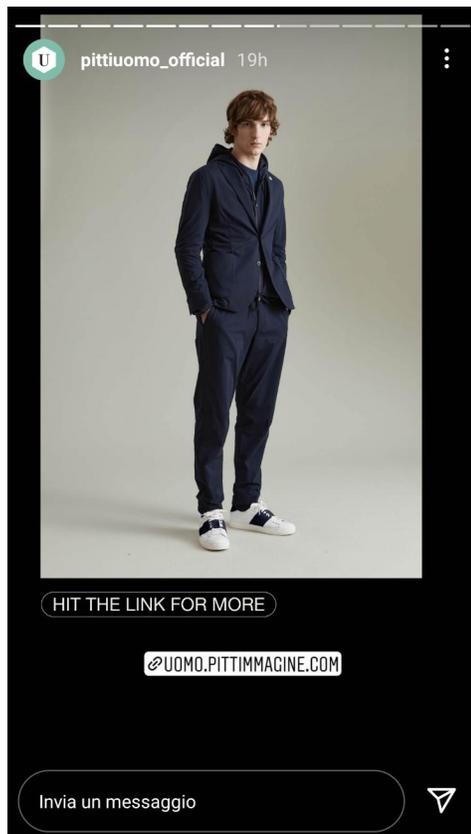
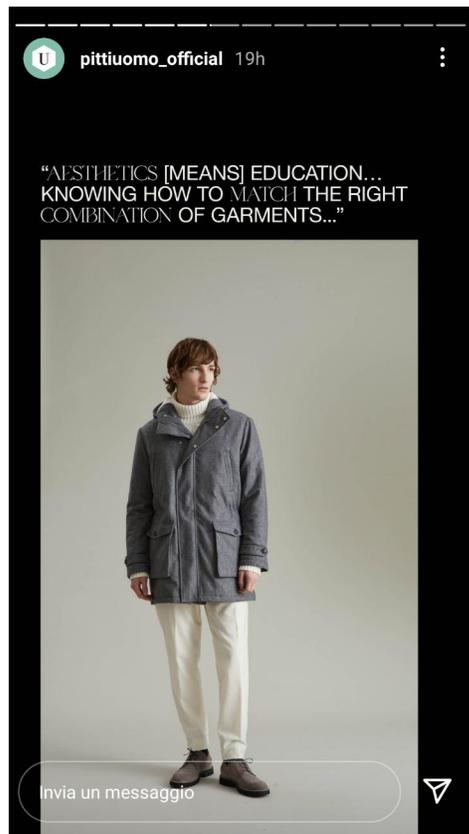


PITTI IMMAGINE UOMO





PITTI IMMAGINE UOMO





PITTI IMMAGINE UOMO





PITTI IMMAGINE UOMO



Pambianconews

12 gennaio alle ore 12:54 · 🌐



Sartorialità, ecosostenibilità e tecnologia si incontrano per la stagione 2022/23 di Tombolini. Il brand marchigiano porta a Pitti Uomo le collezioni Tombolini – Zero Gravity e Tmb Running:



PAMBIANCONEWS.COM

Tombolini, nel 2022 ritorno ai livelli pre-Covid

Sartorialità, ecosostenibilità e tecnologia si incontrano per la stagione 2022/23 di Tombolini...



PITTI IMMAGINE UOMO





PITTI IMMAGINE UOMO





PITTI IMMAGINE UOMO





PITTI IMMAGINE UOMO





PITTI IMMAGINE UOMO



[@ellemolossi](#)





PITTI IMMAGINE UOMO





PITTI IMMAGINE UOMO



alessio_calzuola

[@TOMBOLINI.OFFICIAL](#) [#TOMBOLINI](#)
[#MADEINITALY](#)
[#THEARTOFITALIANEXCELLENCE](#)



[#PITTIUOMO101@GUITARPRESSOFFICE](#)





PITTI IMMAGINE UOMO





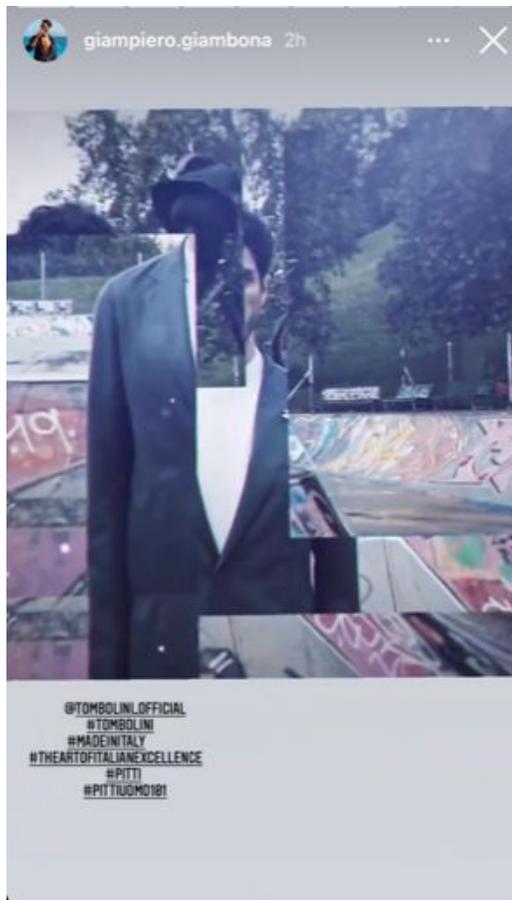
PITTI IMMAGINE UOMO





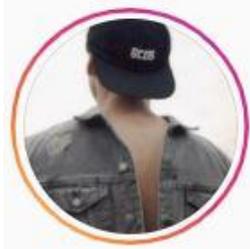


PITTI IMMAGINE UOMO





PITTI IMMAGINE UOMO



[@admirable_gio](#)



PITTI IMMAGINE UOMO



[@peter_tagliaferri](#)



PITTI IMMAGINE UOMO





  PITTI IMMAGINE UOMO

PITTI 102 PRESS REVIEW
14 - 17 GIUGNO 2022

GUTAR
COMMUNICATION AGENCY

P **U** PITTI IMMAGINE UOMO

TG5



P **U** PITTI IMMAGINE UOMO

TGR **Toscana**

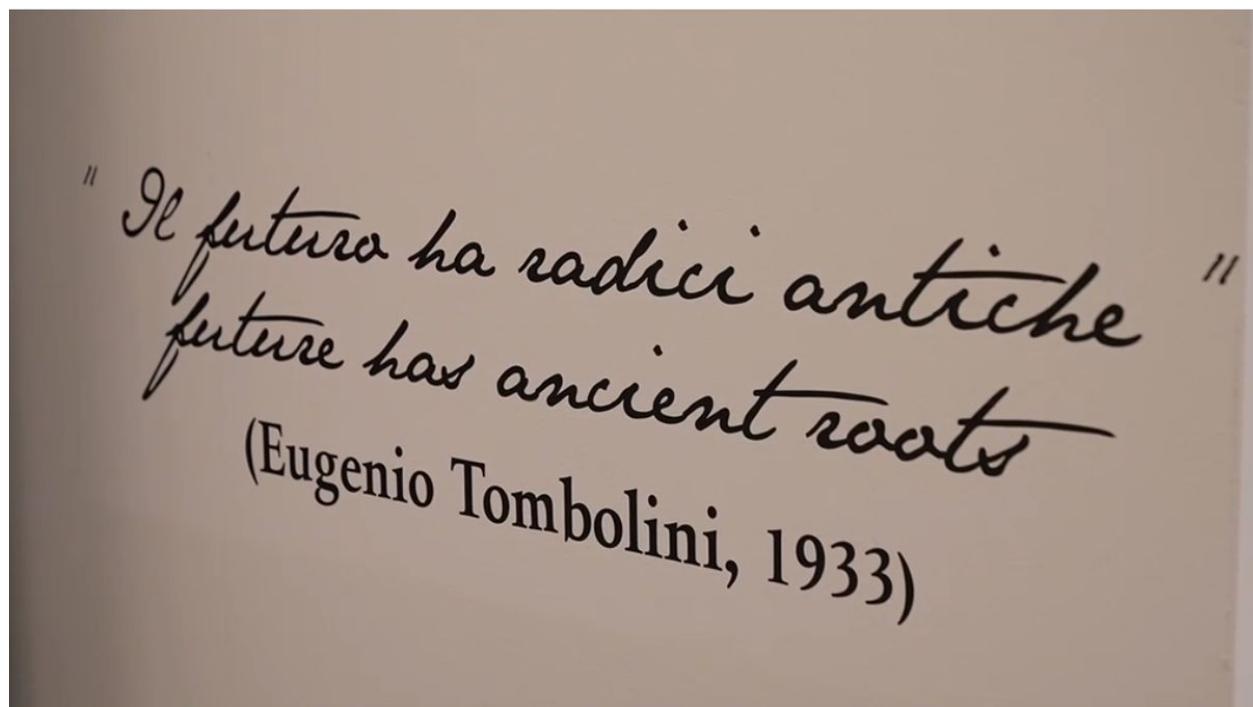




PITTI IMMAGINE UOMO

MEDIASET

TGCOM24



15 GIUGNO 2022 21:20

Tombolini, patrimonio e innovazione: "Il futuro ha radici antiche"

"Le nostre collezioni per l'uomo contemporaneo che vuole vestire bene", spiega da Pitti Uomo 102 il Direttore Marketing del brand Silvio Calvigioni Tombolini



P **U** PITTI IMMAGINE UOMO

StudioAperto



P **U** PITTI IMMAGINE UOMO

TGR **Toscana**





PITTI IMMAGINE UOMO



SPETTACOLO

Pitti Uomo apre a Firenze e torna 'quasi' alla normalità

14 giu 2022 - 00:13

Nicoletta Di Feo



abbiamo una buona rincorsa", "Lei ha parlato comunque di una tempesta



PITTI IMMAGINE UOMO



ANTONIO ROSSI
CAMPIONE OLIMPICO

#Tombolini #SS23 #Firenze

Tombolini | Spring Summer 2023 | Full Show

[Fashion Channel.Youtube](https://www.youtube.com/watch?v=...)





PITTI IMMAGINE UOMO



[#fashion](#)

TOMBOLINI Pitti 102 Spring 2023 Florence - Fashion Channel

[FF Channel](#)



PITTI IMMAGINE UOMO



Tombolini Spring/Summer 2023 Men's Collection | Pitti Uomo | VRAI Magazine





PITTI IMMAGINE UOMO

TOMBOLINI

Disponibile

SEZIONE Fantastic Classic	DOVE PADIGLIONE CENTRALE / n° S/2-6 Mappa	BUSINESS DOCS Richiedi accesso	CONTATTI Richiedi appuntamento Invia messaggio	
---	---	--	--	--





PITTI IMMAGINE UOMO

CORRIERE DELLA SERA

Moda | Le collezioni dell'estate 2023

Apri oggi il Pitti di Firenze. L'ottimismo di Cucinelli: «Unito alle sfilate di Milano, la più bella settimana mondiale della moda uomo»

«Mezza taglia in più» l'abito torna giovane



Antony Morato Festa per 135 anni



Paul & Shark Caps storici reinterpretati



People of Shibuya Minimal e tech

DALLA SINISTRA: PAGATA

FIRENZE «Ora che Pitti Immagine e la Milano Fashion Week sono tornate a pieno regime possiamo dire di aver portato a casa la più bella settimana mondiale della moda uomo. Mi sembra che anche da parte dei buyer ci sia un bel desiderio di tornare a incontrarsi». Brunello Cucinelli ribadisce il suo orgoglio italiano. Oggi l'imprenditore di Solomeo sarà nel suo stand alla Fortezza da Basso dove, fino al 27 giugno, la moda maschile torna protagonista con oltre 680 brand (il 41% provenienti dall'estero) che con le loro proposte primavera-estate 2023 offriranno un panorama di come sta cambiando il rapporto con la moda. «Forse ci mancheranno gli operatori dalla Cina però abbiamo qui quasi il mondo intero e infatti anche noi a Firenze abbiamo ripristinato tutto, compresa la cena inaugurale, perché dopo quasi due anni, anch'io sento il bisogno di tornare a stringere le mani». Cucinelli riassume in fondo quello che

Claudio Marezzi
«Le circostanze ci obbligano a metterci in gioco per gestire la complessità dell'approvvigionamento»

ha reso autorevole Pitti: non solo una fiera d'affari, ma un momento in cui gli imprenditori possono confrontarsi, anche sulle novità. La sorpresa è che i giovani vogliono l'abito. E le aziende sono corse a prepararne come piace a loro che poi è anche il segreto per conquistare padri e zii perché portare un vestito così, un po' più disinvolto, nei nuovi colori vivi ma mai sfacciatati, fa sentire davvero bene.

«Credo molto in questo ritorno all'essere eleganti perché dopo la chiusura ci saranno tanti eventi, quindi quando esci la mattina di casa vuoi essere curato, pronto per passare da un aperitivo a una mostra». Monopetto, a tre bottoni, più easy, e poi il pezzo e mezzo «che la chi, portato anche con una t-shirt con la scritta». Cucinelli cita il Regno Unito di Edoardo VIII: «Quando, nel 1909, finì prima la guerra e poi la pandemia c'era questa idea di vestire bene». «L'importante è che tutto sia leggermente morbido, quasi come se avessi una mezza taglia in più, con i pantaloni che non sono

più corti, hanno ripreso grazia». L'eleganza fresca ha i toni del blu, poi del giallo e camicie. «Un po' in discesa tutto è leggero. I giovani le fantasie, sono dei classici oggi i tessuti sono leggeri per avere un aspetto fresco, «mix di lino e cotone». Nonostante le difficoltà c'è fermento nella moda.

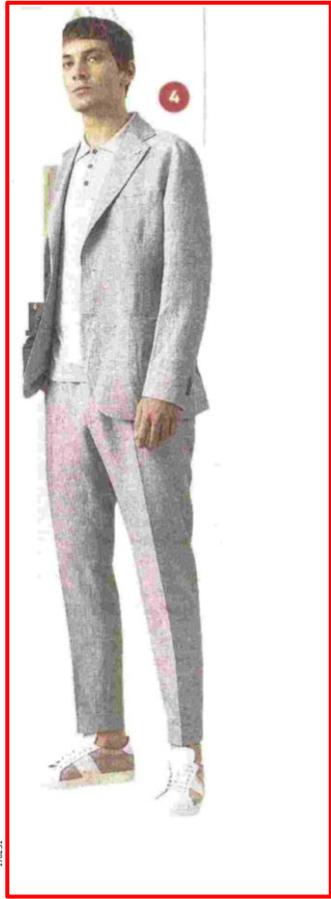
«La cosa interessante è che con chiunque parli senti che sta progettando qualcosa, il negozio, l'azienda: questo non è un momento di transizione, una fase di ideazione, partendo proprio dal negozio fisico, che non è stato affatto cancellato dall'e-commerce, semmai si rinnova proponendo una bella esperienza umana, con venditori bravissimi che ti sanno consigliare» continua Cucinelli, soddisfatto dei risultati. «Per noi sono ottimi perché il lavoro in America e in Europa (80%) sta andando così bene che compensa le difficoltà della Cina chiusa per il lockdown».

Un sentimento positivo condiviso da Claudio Marezzi, presidente di Pitti, fedelissimo alla Fortezza fin da quando accompagnava il padre Giuseppe, fondatore di Herno, il brand di Less che in fiera presenta il suo quasi total look, oltre alla Field Jacket in cotone e lino spalmata con fodera in micro rete fluo. I primi pantaloni, t-shirt, maglie e sneaker. «Se prima l'importante era vendere, ora per farlo devo capire come produrre. Le circostanze ci obbligano a metterci in gioco per gestire la complessità dell'approvvigionamento. E devo dire che la nostra strategia di mantenere all'interno tutti i processi oggi è premiata dal punto di vista qualitativo, ma anche per questa nuova esigenza di coniugare crescita e capacità produttiva, messa in crisi dalla reperibilità delle materie prime». È a sorpresa anche Luigi Lardini dice di aver ritrovato nuova forza ed entusiasmo. Come lo spiega: «Credo ci sia una nuova rinascita, le difficoltà mi hanno fatto ritrovare la voglia di rimbocarmi le maniche, di ricominciare per non deprimermi. Certo se avessi dieci anni in meno...». Intanto al Pitti porta la capsule di t-shirt e maglie giocata sui 4 petali del suo fiore simbolo realizzate con Pietro Terzini, guru della generazione Z.

Maria Teresa Veneziani
© RIPRODUZIONE AUTORIZZATA



Abito Zero Impact in lino di Tombolini



la Repubblica

PITTI IMMAGINE UOMO

La giacca si riprende la scena

dalla nostra inviata
Serena Tibaldi

“Certi pezzi sono investimenti che rendono: stanno bene a un sessantenne come a un ventenne” spiega Brunello Cucinelli a proposito del suo lusso sartoriale. E Tombolini conferma la voglia di tagli giusti e tessuti migliori

Il primo giorno di Pitti è servito a smentire una delle previsioni peggiori per il menswear temporaneo: ebbene no, tute e felpe non sostituiranno giacche e completi, tutt'altro. L'abbigliamento formale – il sartoriale, in altre parole – non solo è tornato a dominare la scena, ma rappresenta una delle tendenze più forti emerse a Firenze per la primavera/estate 2023. Sarà la reazione a quello che si è passato, ma le indicazioni sono chiare, e trasversali: non c'è differenza tra consumatori giovani o maturi, il desiderio è lo stesso. «Il pubblico vuole cose belle», afferma secco Brunello Cucinelli osservando l'infilata di completi doppiopetto, leggeri e impeccabili, che popolano il suo spazio alla Fortezza da Basso. «Il 50 per cento di quello che produciamo

è cucito letteralmente a nostro è lusso, certo, ma qualità e realizzazione. F.lore. Certi pezzi sono investimenti che “rendono” nel tempo possono essere portati come si vuole; lo vedo su in azienda, quando lo stesso viene indossato da santenne e da un ventenne. trambì i casi, funziona». Cucinelli ha ragione, questa non è una tendenza di realizzazione: trattandosi lezioni estive, materiali e re devono essere leggeri, goffare la figura. E non terno, solo, in alcuni casi spalline minime. È una ne di modelli, cuciture ben piazzate e proporzioni limetro: un particolare portante che mal, ora e nee si sono fatte meno a più morbide e confortevoli attimo sbagliare». Concorda con Cucinelli

Calvigioni Tombolini, nuova generazione del brand marchigiano Tombolini, che a Pitti punta tutto su Zero Gravity, progetto incentrato proprio sui capi handmade “svuotati” di qualunque struttura e costruiti solo con i tagli giusti e i tessuti migliori, dal cashmere di Zegna al jersey gessato: «Credo che, dopo due anni di incontri digitali, sia tornata la voglia di “toccare” forme e materiali», spiega lui; in più, proprio in virtù di questa ritrovata voglia di vestirsi bene, all'interno di Zero Gravity è stato inserito anche un servizio di sartoria su misura, per un concetto di total look personalizzato portato all'estremo. «Con lo stesso tessuto facciamo i vestiti, le camicie, i bomber, la giacca sahariana», spiega Tombolini. Anche qui, si tratta di investimenti importanti, ma in Fiera nessuno pare avere dubbi sul successo di una simile offerta. La giacca sahariana sono a



▲ Peso piuma L'abito Zero Gravity di Tombolini

Spalle più larghe e linee morbide sono l'eredità lasciata dallo stile confortevole della pandemia

più rifinita, visto che tengono banco anche nella collezione di Latorre, storica sartoria pugliese, il cui focus – per la prossima estate – è una sorta di guardaro-ba ideale del perfetto esploratore, tra abiti di lino e tenute perfette per un safari.

Inutile dire che, anche qui, la gioia per la rinnovata attenzione verso la tradizione italiana del tailoring è stata accolta con molto ottimismo. «Ogni capo è realizzato da mani esperte, da persone che lavorano con noi da decenni e che hanno dedicato la vita a rendere certi pezzi davvero speciali», dice Alberto Latorre. «Siamo contenti per l'interesse verso questi valori anche per loro, che vedono riconosciuto tutto l'impegno che ci mettono». Anche nella maglieria, un campo per forza di cose meno portato verso il formale, si percepisce a sorpresa uno spostamento verso certi immaginari: lo dimostrano le proposte di Lorenzoni – brand specializzato in knitwear – tutte giocate su incroci e trafori, quasi fossero pizzo, a dimostrazione di quante possibilità offra la tendenza.

Nel giardino fiorito di Lardini – dove enormi ventilatori ad acqua fanno sì che i fiori non si affloscino

domino. Sembra tutto un omaggio non si festeggiato nulla, ma per noi è evidente quanto i nostri clienti ci tengano ad avere l'abito perfetto per simili momenti: sono pronti a spendere cifre molto importanti, pur di essere al meglio».

Questo però non vuol dire che la pandemia non abbia lasciato traccia: «Tutt'altro, solo che la si nota nei dettagli, come le spalle più larghe e le linee più morbide: è questa l'eredità che ci hanno lasciato i mesi chiusi in casa a vivere da remoto. La voglia di star bene con ciò che si indossa, invece, non credo verrà mai meno».

© RIPRODUZIONE DIVERGATA



PITTI IMMAGINE UOMO

Il Sole

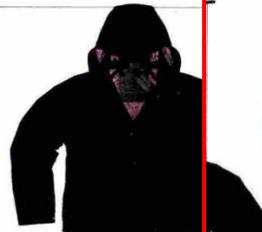
24 ORE



Capalbio. Il marchio si ispira da sempre all'outwear adatto alla campagna (e alla caccia), ma con colori, tagli e abbinamenti perfetti anche per la città



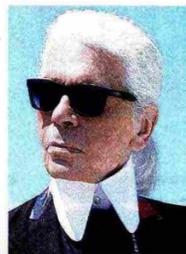
Brekka. Giacca impermeabile color block della linea Challenger



Ten C. Anorak con cappuccio nei toni del Borgogna



Tatra. Giacca a vento leggera in nylon cotoniero con cappuccio e zip frontale



Tombolini. Tuta Zero Gravity a manica corta. La collezione è improntata alla leggerezza e all'impiego di fibre naturali

La Gazzetta dello Sport

Tutto il rosa  della vita

SPECIALE
PittiImmagine
Il look dal cuore green



PIÙ BELLO A SOSTENIBILE

Il da bottiglie di plastica
 hili guardano al futuro

BreakUp Ciar in neo repta
 a mensura ricicla

Beauville Scarpa in intonar
 ricicla a 45%

Regenwald Borsa realizzata con
 bottiglie e plastica e mangia
 fide con materiale di recupero

Essential Sneaker realizzata con un
 ricicla proveniente dal mare, tutta
 in pectore di carta

IL LIVE

Cunio di Toscana a suon di musica
Bravi canta con la suola "verde"

di Firenze. Con la partecipazione
 di un suo brano più verde.
 Il cantautore ha scritto l'intera
 la nuova tournée italiana
 di Cunio di Toscana, un
 musicista intrinseco,
 caratterizzato dalla sua
 verde spirito del sport
 di etica e sostenibilità.

Rossi, la canoa e i valori dello sport
Così Tombolini racconta lo stile

● Moda e sport fanno squadra
 allo stand di Tombolini. Al Pitti è
 stato presentato in anteprima
 "Tombolini Fair Play Match",
 un video che vede protagonista
 l'olimpionico della canoa Antonio
 Rossi (nella foto con i giovani
 campioni italiani che hanno
 assistito alla proiezione, tra cui
 le gemelle del basket Matilde ed
 Eleonora Villa, l'ostacolista
 Lorenzo Perini e il saltatore con
 l'asta Alessandro Sinno).
 Tombolini torna così a
 sottolineare l'identità del
 marchio, che sposa concetti
 chiave del mondo sportivo e li
 trasforma in stile ai maschie.

quotidiano  **Libero**



L'abito indossato con la polo di Tombolini

che ama le giacche comode e predilige i colori neutri da alternare alle tonalità della terra. Ma mai a

In linea con Silvio Cavignoni Tombolini, nuova generazione del brand marchigiano Tombolini, che a Pitti punta tutto su Zero Gravity, progetto incentrato sui capi "svuotati" e costruiti attraverso tagli impeccabili e tessuti nobili, dal cashmere di Zegna al jersey gessa-

verso tagli impeccabili e tessuti nobili, dal cashmere di Zegna al jersey gessa-

IL BRAND STILE LATINO

Nello stand di Attolini ecco l'eleganza coloniale della giacca sahariana per i nuovi nomadi di lusso

to: «Dopo due anni di incontri digitali, è tornata la voglia di toccare forme e materiali», sottolinea Tombolini che all'interno di Zero Gravity ha inserito anche un servizio di sartoria su misura, per un concetto di total look personalizzato. «Con lo stesso tessuto facciamo i vestiti, le camicie, i bomber, la giacca sahariana», aggiunge. L'uomo Tombolini che mette la polo sotto la giacca sceglie tessuti fluidi, che scivolano sul corpo, come il lino e il cotone per il giorno o le preziose lane e sete per la sera.

serti in nylon waterproof. E risky ubbutta nel total look: il brand di Alessandra e Saverio Moschillo, presenta a Pitti, accanto agli storici capispalla, felpe realizzate con lavaggi esclusivi, polo, t-shirt e pantaloni. A integrare le novità sarà anche il lancio della linea di calzature e di borse. © DIFFUSIONE ASSOCIATA



Europa e Usa guidano la riscossa dell'abbigliamento maschile

Le due macro regioni sosterranno un'edizione del salone fiorentino segnata dall'incertezza legata all'aumento dei prezzi. Tra le sfide chiave quella relativa

Un'edizione di Pitti uomo che segna il ritorno alle normali attività conviviali in Fortezza da Basso. Un appuntamento caratterizzato da grande creatività di prodotto e positività per la conferma del buyer americano e in generale di quelli europei ai viaggi delle passate stagioni. Sarà un'edizione 102 in scena di, non ancora periodo pre pandemo i marchi erano più degli oltre 60 soprattutto l'incanto ai mercati riviste le chiusure situazione geopolitica scenari di guerra to dei costi dell'energia di alcuni paesi sciperanno al sno. Inoltre, una stagione (rectu gioni a seguir colloquio con dei marchi di sentiti da MF del sourcing p

diria con le parole di Claudio Marenzi, presidente di Pitti immagine, durante la presentazione milanese della kermesse il mese scorso: «Un tempo era importante vendere, poi si pensava al resto. Oggi, se non sai dove produrre non puoi vendere». Una disamina a tutto tondo sul salone al via oggi a Firenze arriva da Nicolas Bargi, ceo di Save the duck, marchio 100% animal-free che ha una quota wholesale dell'85% e un export del 60%. «Pitti uomo è la Rolls-Royce delle fiere. Sarà un'edizione della riapertura dell'Europa e degli Stati Uniti, mentre l'Asia è ancora chiusa. In generale, c'è un aspetto psicologico che tocca soprattutto gli europei, che di fatto ha freizzato i consumi, e che riguarda di più i prodotti di fascia alta. E poi c'è un arresto di crescita delle piattaforme online dovuto all'estre-

no sviluppo durante il Covid. I nostri sell-out sono buoni, con il mercato che ha premiato le aziende precise nelle consegne e che hanno dato fiducia al wholesale. Per la primavera-estate 2023 consolidiamo la strategia sui nostri iconici anche con una stabil

partire pazzesci ti, ci aspettiamo Stati Uniti, dalla Corea, forse gli saranno i giapponesi da va restata bastasse l'onlin i musei sarebbi scambierebbe

Milano l'anno prossimo». Positivo anche il commento di Silvio Calvigioni Tombolini, direttore commerciale, marketing e comunicazione di Tombolini. «Ci aspettiamo che questa edizione di Pitti uomo possa essere realmente quella del ritorno alla normalità. Ci sarà spazio per mostrare la nostra idea di lusso contemporaneo che si avvale dei nostri classici atout riletti all'inse-

po i trend della sostenibilità e della digitalizzazione durante la pandemia ha avuto un'accelerazione fortissima. Ora la sfida è consegnare il prodotto di qualità nei tempi. Noi produciamo storicamente la giubbotteria in Cina, riusciamo a superare le difficoltà dei vari lockdown anticipando gli ordini di 45 giorni e con una delocalizzazione in aree a nord del paese meno colpite dalle chiusure come a Shanghai. Del resto, oggi cambiare sourcing sarebbe difficile per le varie certificazioni di qualità e controlli ottenute nel tempo e i prezzi crescerebbero del 30%». Marco Landi, titolare di Landi confezioni di Empoli (Firenze), in Fortezza da Basso con i marchi L'impermeabile e Zerossentanta studio, ha invece posto l'attenzione sull'importanza dei momenti di incontro. «C'è una voglia di ri-

gna di un design dinamico e performante, che fa uso anche di materiali riciclati per traghettare l'uomo in un futuro contemporaneo accattivante e consapevole. In generale, bisognerà procedere nell'ottimizzazione dell'intero settore, della sua filiera produttiva e distributiva, con un focus sempre puntato sulla sostenibilità ma vediamo tutto molto più roseo rispetto al recente passato». L'imprenditore ha poi parlato dei risultati e dei progetti del marchio marchio mar- chigiano: «Abbiamo chiuso il 2021 con +10% del giro di affari rispetto al 2020 e contiamo di arrivare a +40% nel 2022. Puntiamo, come sempre, sui mercati europei che saranno presenti in fiera e che anche nell'edizione passata hanno dato un forte segnale di positività, anche se mancheranno gli asiatici. Dal punto di vista del retail vogliamo aumentare la nostra presenza nei mercati asiatici e del Middle east dopo l'apertura di due monobrand ad Almaty in Kazakistan e Doha in Qatar. Per i multibrand, invece, puntiamo sui mercati europei e Stati Uniti». Il tema del sourcing è toccato anche da Anto-





PITTI IMMAGINE UOMO

il Giornale

OGGI A FIRENZE ULTIMO GIORNO

L'uomo a colori e fantasioso chiude Pitti (e dà i numeri)

Dati incoraggianti e tante novità: scarpe con la suola verde, pantaloni «allargabili» e costumi a tinte forti

Serena Coppetti
nostro inviato a Firenze

■ Un successo a colori. Chiude oggi a Firenze, Pitti uomo edizione 102, e, se mai ce ne fosse stato bisogno, i numeri confermano quello che era già visibile agli occhi. L'energia del salone non era solo nelle temperature bollenti della città, ma anche dalle 9mila presenze contate ieri a mezzogiorno che entro stasera dovrebbero diventare 11mila (il 40% dall'estero). «Numeri straordinariamente incoraggianti», commenta soddisfatto Raffaele Napoleone, amministratore delegato di Pitti Immagine - persino migliori di quanto speravamo in cuor nostro». Basti pensare che rispetto all'edizione estiva dello scorso anno, i compratori italiani sono aumentati del 125% e quelli stranieri del 340%. Sprazzi di futuro a colori, dunque non solo nei conti, ma anche addosso all'uomo.

I costumi

Sui costumi l'uomo può cominciare a sbizzarrirsi quest'estate perché la prossima sarà tutta fantasie e tinte accese.

Fiorio ha realizzato un costume in tinta unita (azzurro e rosso) che al contatto con l'acqua mostra una decorazione fiorita. Le stampe sono estrose, il pantaloncino si allunga così da poter essere indossato anche per un aperitivo con il giubbotto coordinato. Il fluo accende anche il modaiolo Saint Barth. «Era qualche anno che non andava più», dice Max Ferrari uno dei titolari. E invece il bisogno di allegria lo ha riesumato a fianco ai nuovi costumi con fantasia bandana.

La pace

Un giubbotto militare che diventa un messaggio di pace. Il parka realizzato da Armata di Mare e presentato a Pitti in due colori, verde e blu, è stato «smilitarizzato» con un occhio che guarda al futuro dall'artista Gio Colomba. Saranno messi all'asta e il ricavato andrà a supportare 4 donne e un bambino ucraini. «In The box» ha invece recuperato dai vecchi archivi i Peanuts e realizzato t-shirt e felpe con i minus, Snoopy e Charlie Brown con la scritta Peace&Love e

me ai tempi di Woodstock. Anche Pitti ha voluto dare un suo messaggio preciso, dedicando uno spazio a 11 designer ucraini, invitate a Firenze per presentare le loro collezioni. **La natura dalla testa ai piedi** L'uomo si colora dalla testa ai piedi. A sinistra «Hugh» la nuova scarpa di Doucal's, a destra la suola verde di Cuoio di Toscana. Sotto il costume fantasia bandana di St Barth e il costume di Fiorio che diventa fiorito quando si bagna ai piedi. Anzi fin sotto i piedi. «Ditelo con una suola» è il messaggio neanche troppo velato di Cuoio di Toscana che ha realizzato una suola green, tutta verde. L'uso dei colori naturali come i tannini non è d'altronde una novità per questa azienda che realizza le celebri suole rosse di Louboutin. Ha invece ritoccato il suo fiore-simbolo, Lardini per dire che il ciclo della moda è come quello della vita. Il fiore, rivisitato dall'artista Pietro Terzini e spuntato sulle nuove t-shirt con il claim «no rain no flowers».

cifra della nuova collezione di Tombolini. Un pezzo su tutti, la sahariana, 100 per cento light cachemire pesa solo 300 grammi. Niente. Leggerezza

zic anche ai colori, dal mandarino al giallo al verde brillante. **Moda spaziale** Considerata a Pitti l'azienda più innovativa, Devoré non ha solo realizzato la tuta per gli astronauti che andranno su Marte, con un tessuto speciale che rileva temperatura, battito cardiaco, respirazione e molto altro ma, quel che farà ingelosire parecchi uomini sono i pantaloni che hanno il lusso della sartorialità napoletana e la comodità di una tuta da jogging. Grazie a un brevetto di un anno fa, il cinturino in vita riesce ad allargarsi fino a 4 centime-

non c'è una collezione». La leggerezza assoluta è invece la





Corriere Adriatico

MACERATA

Pitti, i calzaturieri:
«Edizione ottima,
non ci fermiamo»

Massimiliano Viti
a pagina 13

Pitti Uomo, un boom di visitatori «È stata una bellissima edizione»

Ferretti di Falc: «Ci aspettavamo fosse migliore delle precedenti ma non in queste proporzioni»

L'ECONOMIA

MACERATA - Ma chi si aspetta un Pitti così?». La domanda pronunciata da Salina Ferretti, ceo del Gruppo Falc di Civitanova Marche, sintetizza

ca Rocchi, Nicolò Cotto, Federico Buffa e l'attore Paolo Ruffini.

100

zatori di Pitti...
dichiarato di
aver superato le 10.800
presenze di buyer, di cui 4.200
stranieri, il 40% circa del
totale. Complessivamente
sono stati registrati 16.000
visitatori totali. I compratori
italiani sono aumentati del
135%, quelli stranieri del
360%.

ce civitanovese che ora raccoglie i frutti della sua perseveranza. È tornato al Pitti Falc di Monte San Giusto che ha presentato la nuova sneaker Jesse. «La pandemia ci ha dato più spinta, anche sotto l'aspetto creativo» esordisce Emanuele Fabi, alla guida del marchio Barracuda. «Inoltre ci ha dato la possibilità di rifocalizzare l'azienda in un'ottica omnichannel. Si sta assistendo ad un ritorno della gente nei negozi fisici - conclude Fabi - ma in futuro gli acquisti saranno sempre più orientati verso l'online».

I visitatori

Record di visitatori tra italiani e internazionali per Tombolini. L'azienda di moda guidata dalla famiglia Calvigioni-Tombolini ha presentato il video "Tombolini Fair Play Match" che vede protagonista il campione olimpico Antonio Rossi. Il video è stato proiettato alla presenza delle gemelle del basket Matilde ed Eleonora Villa, l'ostacolista Lorenzo Perini e il saltatore con l'asta Alessandro Sinno. Poi Massimiliano Rosolino, Fabio Galante, Jacopo Volpi, Nicola Nicoletti, Gianlu-

rilassate, la silhouette allungata contrasta con il volume dei pantaloni. La overshirt e la

cedenti ma non in queste proporzioni» conferma Salina Ferretti. Il gruppo Falc era presente al Pitti con 4 stand, uno per ogni marchio rappresentato. «Siamo stati presenti a Firenze anche durante la pandemia. Non ci si può fermare. Si deve continuare a crederci e a investire» sottolinea l'imprenditri-

Fabi: «La pandemia ci ha dato più spinta anche sotto l'aspetto creativo»



Un momento della presentazione del video "Tombolini Fair Play Match"

L'innovazione Punta sull'innovazione e sul digitale Dis, acronimo di Design Italian Shoes. Il marchio con quartier generale a Civitanova Marche ha presentato "Sustainable Island", un luogo in cui l'ambiente fisico e quello virtuale si incontrano per dare vita a collezioni realizzate con materiali innovativi e biodegradabili, con l'obiettivo di restituire alla Terra le risorse che vengono prese in prestito. Protagonista la sneaker Terra, biodegradabile al 90% dopo 180 giorni una volta smaltita. «La pandemia ha imposto una virata sul digitale, che permette anche alle imprese di ottimizzare i costi a livello di creazione e di aumentare le conversioni quando si parla di vendite» spiega Francesco Carpinetti, cofondatore di Dis.

Massimiliano Viti
© FIPROCESSIONE MACERATA





PITTI IMMAGINE UOMO

Il Sole **24 ORE**

Shopping d'estate Giacche e giubbotti passepartout

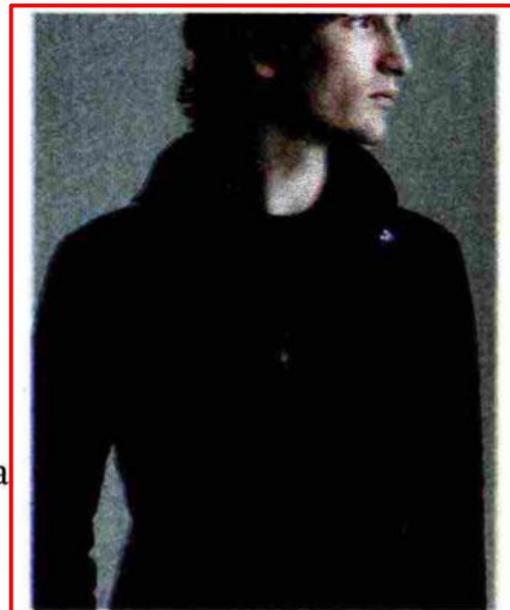
Per il tempo libero, ma anche nella normale vita lavorativa e urbana. Capi ultra versatili, adatti ai sempre più rapidi cambi del meteo

Il guardaroba oggi, con il suo mix di streetwear e stile informale, ha aperto un ampio spazio a pezzi grafici e tecnologicamente avanzati. L'ispirazione arriva dai classici del weekend, ma viene declinata con quel tipo di attenzione che abitualmente è rivolta al tailoring tradizionale. Bottoni, tasche, cuciture: la cura del dettaglio rivela la volontà di rendere la jacket trasversale, dal business al relax, dalla città alla campagna.

La ricerca dei materiali guarda alla sostenibilità. Spazio dunque al riuso, a nylon e poliestere riciclato. Quello che rimane, anche nelle versioni più ricercate, è la connotazione informale, sottolineata dai polsini elastici, dalla lunghezza in vita, dal cappuccio. La praticità è l'altra caratteristica: comode tasche per trasportare il necessario, trattamenti wind e waterproof per ripararsi dagli acquazzoni. Sdoganati persino sul red carpet, - questo è l'anno di Top Gun: Maverick e del bomber in nylon verde militare consacrato da Tom Cruise - giacche e giubbotti sono un interessante esercizio per tracciare nuove forme di eleganza consapevoli e décontracté.

Pagina a cura di

Redazione di How to Spend it



Tombolini Running. In jersey tecnico stretch, con cappuccio



PITTI IMMAGINE UOMO

la Repubblica

Tendenze

Maglieria anche per l'estate

I codici dell'estate secondo Pitti. Colori: polverosi ma tanti quello di Cucinelli, bianco sparato per lo smoking Pignatelli, come un giardino inglese fiorito per Baracuta, tutte le sfumature del denim per Roy Roger's o Incotex Blue. Molta maglieria anche d'estate:

da
La
ca
Vi
ca
Viaggio e libertà: dalla leggerissima giacca camouflage di Tombolini, che non prende posto nel borsone di ordinanza,

posto nel borsone di ordinanza, al gilet multi uso di Husky Original, alle valige multicolor di Piquadro. La parola d'ordine è leggerezza per i tessuti tecnici, vedi Herno. La responsabilità ambientale: dalla suola verde che firma le calzature Cuio di Toscana alla sezione S/Style in Fortezza.

i.c.

PAMBIANCO MAGAZINE



TOMBINI



Il look che
più navy alle
spiagge.



BPD



ALPHA STUDIO



NORTH SAILS X MASERATI



BARACUTA



BOMBOOGIE



L'IMPERMEABILE



AMEDEO TESTONI

OF FORCHES

Un marchio d'ispirazione
nautica che fa capo
al Cas de Pedra
come per la prima
volta a Pitti Uomo.
Sui dettagli
cotti, l'eleganza
temporanea, il
fort e la creatività.

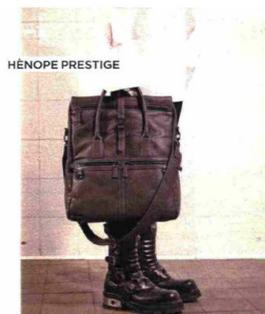


STILNOLOGY

Il brand punta su materiali
di altissima qualità:
nappa, camoscio e tessuti
tecnici spalmati di ultima
generazione accoppiati
con fresco di lana super
light, proposti nei colori
naturali che spaziano dal
bianco allume al tabacco.

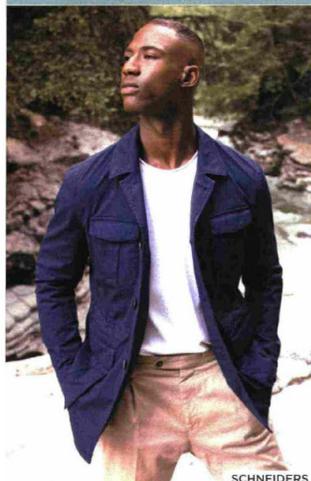


PANORAMA



HÉNOPE PRESTIGE

IL SENSO MASCHILE PER L'ESPLORAZIONE

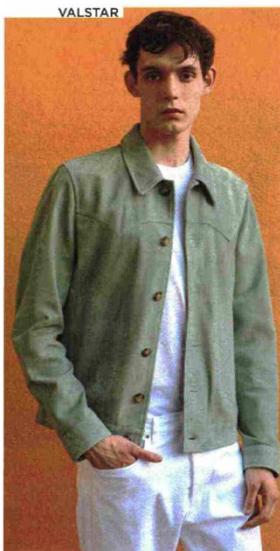


SCHNEIDERS



HERNO

Quella delle esperienze e quella degli stili... La 102esima edizione di **Pitti Immagine Uomo** si riprende i suoi quattro giorni di Salone, dal 14 al 17 giugno 2022. Centinaia i brand presenti, dei quali il 38 per cento stranieri. Resta incerta la situazione dei mercati asiatici, soprattutto per quanto riguarda l'approvvigionamento delle materie prime. Ma le attese per l'afflusso di visitatori autorizzano l'ottimismo.



VALSTAR



CYCLE JEANS

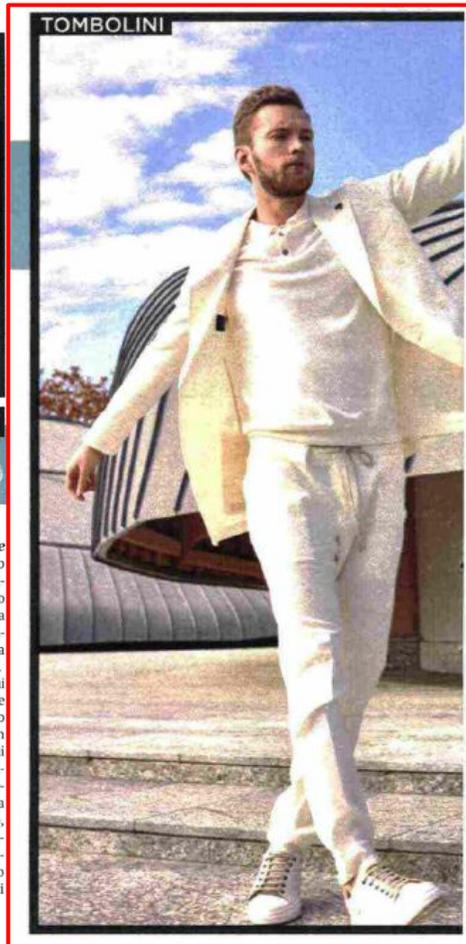


AMEDEO TESTONI

Se la quinta edizione di *S/Style sustainable style*, progetto legato allo spirito di ricerca di Fondazione Pitti Discovery, presenta un accurato e accorato lavoro di scouting tra i designer di nuova generazione, quelli più cool ed eco-impegnati, poco meditato invece sembra il tema di questa edizione: *Pitti-Island*. Sicuramente non è affatto facile, ogni volta, inventarsi un soggetto, ma tirare in ballo l'isola come tema guida dopo essere usciti da anni di isolamento non appare un'idea brillante, né in termini metaforici né sul piano concettuale. Anche se Agostino Poletto, direttore generale di Pitti Immagine, così argomenta la scelta: «Un'isola come un punto fermo, un punto fisso, un punto fisico e interiore. Un'isola che non si isola, ma si rapporta con la terraferma in uno scambio continuo, in un colloquio costante di spirito e di percorso».



PAOLONI



TOMBOLINI





PITTI IMMAGINE UOMO

la Repubblica

Moda

Pitti risale in passerella e fa festa con i jeans 70 anni di Roy Roger's

Pitti Uomo
Torna in grande stile alla Fortezza

di **Ilaria Ciuti** a pagina 5

Alla Fortezza non solo collezioni estive per l'Uomo ma anche lifestyle e Ricci presenta i profumi

LA MODA

I 70 anni di Roy Roger's e la sfilata di Wales Bonner Pitti risale in passerella



di **Ilaria Ciuti**

È stato il giorno del ritorno e e della speranza ieri, data di apertura di Pitti Uomo in Fortezza. Il giorno del chissà se vengono i buyers, e chi, tra gli espositori, ha visto tanti europei, molti americani, un giapponese per caso. Comunque ci sono. Piano piano la Fortezza dal mattino inizia a riempirsi, verso mezzogiorno, anche se gli stand sono 680 invece dei 1.200 ante covid e i cinesi sono in lockdown, l'atmosfera è quella animata di un tempo. Vogliosa di capire in quale direzione andare e Pitti stesso, principale cliente di Firenze Fiera, che potrebbe andare verso una partnership commerciale con la Fiera di Milano, si domanda se non ampliarsi in nuovi saloni oltre ai tradizionali. D'altronde già l'Uomo non presenta solo le collezioni estive dell'industria maschile per il 2023 ma anche un lifestyle complessivo concentrato nell'attico del padiglio-

ne Spadolini: tra profumi, oggetti per la casa e perfino biciclette. Non a caso nello stand di Stefano Ricci, sullo sfondo di una stoffa blu a grandi fiori rossi disegnata dal fondatore Stefano per le sue prime cravatte, ci sono i profumi multicolori, dedicati, dopo il "Profumo Firenze", a Miami, Beverly Hills, Parigi, Londra, New York.

È il giorno delle contaminazioni con la guest designer di Pitti, la designer anglo-giamaicana Grace Wales Bonner, che sfilata al tramonto nel cortile dei Muli di palazzo Medici Riccardi attorno alla grande installazione fatta con l'artista ma, con un ma generoso europeo ni afro. Me prenditori i presa (Tom 10% in più 40% nel 2022). E c'è aria di festa in quello di Roy Roger's, che la sera ha festeggiato i 70 anni di jeans all'italiana con la cena di gala in Palazzo

Vecchio e un mini movie di Bruce Weber, dove il direttore creativo, Guido Biondi, nipote di quel Francesco Bacci che 1952 riportò dall'America il jeans cinque tasche, mostra la divertente riproduzione di tutti i modelli di jeans che hanno segnato i decenni. Anni '50, jeans e giubbotto over in denim scuro, anni '60, i jeans si restringono sotto alla t-shirt a righe e il giubbotto in pelle con fodera hawaiana (ora Roy Roger's vende quasi 5000 giubbotti di pelle l'anno), anni '70, jeans leggermente scampanato in denim fiammato, anni 80, jeans con le rinces, felna e ca-

prenditori i presa (Tombolini chiude con un più 10% in più che spera di portare a 40% nel 2022). E c'è aria di festa in

contemporanee. C'è lo stand di Husky con la foto della regina Elisabetta in cui Saverio Moschillo mostra la trapuntatura del giubbotto arancione, le prime sneakers del brand.





PITTI IMMAGINE UOMO

LA NAZIONE

GRANDE FOLLA ALLA FORTEZZA PER L'EDIZIONE 102 DELLA KERMESSE DELLA MODA
TANTI BIG FRA GLI STAND, CACCIA ALLE NUOVE TENDENZE E AGLI STILISTI EMERGENTI



TUTTI I COLORI DI PITTI

Desiderio e Morviducci a pagina 10

Pitti si riprende il centro della scena E accende la luce sui nuovi talenti

Primo giorno di fuoco per l'edizione 102, con l'omaggio all'Africa e alla stilista Grace Wales Bonner
Folla di compratori alla Fortezza da Basso e tanti sguardi ammirati per la modella Emily Ratajkowski

di **Eva Desiderio**
FIRENZE

Omaggio all'Africa, alla sua dolorosa storia di schiavismo che sotto la dominazione inglese ha popolato di uomini provenienti dal sud sahariano la Giamaica. Ricordi e appartenenza e tanta voglia di integrazione sono stati gli ingredienti del bel défilé di ieri sera di Grace Wales Bonner, trentenne stilista nata a Londra da madre inglese e padre giamaicano, vincitrice nel 2016 del Premio LVMH e nel 2019 fondatrice del suo brand Wales Bonner che tanto interesse sta riscuotendo da stampa e buyer internazionali. Un bel colpo per Pitti Immagine e per questo Pitti Uomo 102 che ieri ha vissuto il suo primo giorno di fuoco, per visitatori e clima torrido, in Fortezza e con una mitragliata di cocktail per tutta la città. Un modo tutto sommato un po' vecchiotto di brindare alle nuove collezioni per la primavera estate 2023 che il salone fiorentino mostra fino al 17 giugno. Ma così va la moda e soprattutto la mondanità della moda che è sempre un po' 'alticcia'... ma sempre festosa. Si brinda infatti alla ripresa e a questo Pitti Uomo 102 che la consacra come

raccontano in fiera un po' tutti gli espositori.

Per Grace Wales Bonner è tempo di parlare di Africa coi suoi modelli per niente etnici però ma contemporanei e flessuosi, uomini e donne capaci di indossare con nonchalance lo stesso abito, come testimonianza personale ma anche collettiva di interesse e partecipazione culturale. La stilista lo fa anche con l'installazione di vecchi sacchi di juta raccolti dai contadini in quei lontani paesi e cuciti a mano uno attaccato all'altro per formare il tappeto del cortile centrale di Palazzo Medici Riccardi e del Cortile dei Muri dove c'è una enorme parete di sacchi testimoni di commerci e fatiche. Un confronto tra l'arte di Ibrahim Mahama, che arriva dal Ghana, i magnifici spazi del palazzo mediceo che ospita le preziosità dei Magi di Benozzo Gozzoli.

E Pitti Uomo 102 è anche e soprattutto questo, scoperta di nuovi talenti come nel passato è stato per Raf Simons e più di recente per il povero Virgil Abloh che tutti rimpiangiamo lanciati appunto da Pitti Immagine. Speriamo che la bella storia si ripeta con la minuta Grace. **In Fortezza** intanto si sciamano e si suda sotto il sole cercando novità per i negozi. Molti i compra-

tori da Tobolini che lancia abiti superleggeri e duttili come quelli della collezione Zero Gravity mostrata dal sempre più bravo Silvio Calvigioni Tombolini che ha portato in stand una bella sahariana tutta puntata a mano,

impegno per il rilancio di questo luxury brand.

Si amplia agli accessori la collezione Husky Original come racconta il patron del marchio inglese Saverio Moschillo, presto dopo le borse arriveranno anche le scarpe. Da Stefano Ricci si mostra con orgoglio il primo disegno a fiori rossi su fondo blu di twill dello stilista imprenditore che con la moglie Claudia Ricci ha fondato il brand nel 1972 cominciando con le cravatte e arrivando oggi dopo 50 anni ad un total look unico al mondo perché autenticamente Made in Italy. E folla di curiosi per la modella Emily Ratajkowski, arrivata a Firenze per presentare la capsule collection che ha disegnato per Superga.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LA CURIOSITA'
Allo stand dell'Agenzia delle Dogane in piazza Ss. Annunziata c'è una Ferrari contraffatta





PITTI IMMAGINE UOMO

Sport Week

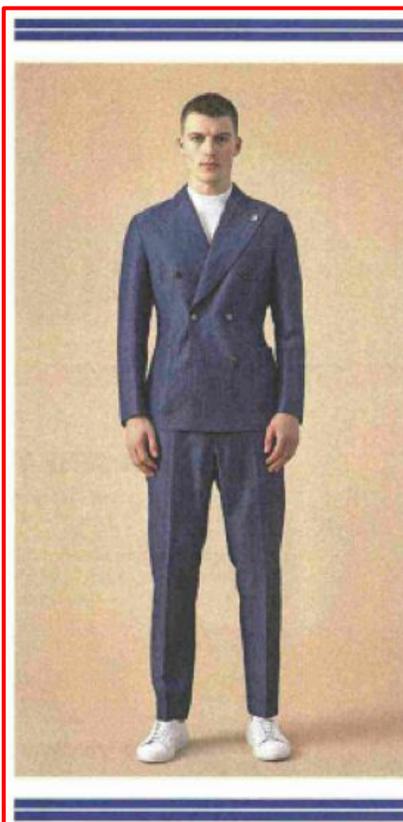
La Gazzetta dello Sport

Tutto il rosa della vita

Tombolini

LA LEGGEREZZA DELL'ABITO

Il brand marchigiano rilegge il concetto di leggerezza nell'incontro tra formale e leisurewear. Un classico è rappresentato dall'abito Zero Gravity, massima espressione della leggerezza dei tessuti, un perfetto mélange di lane stretch, cashmere e seta.



la Repubblica

Pitti Uomo, la giacca si riprende la scena

“Certi pezzi sono investimenti che rendono: stanno bene a un sessantenne come a un ventenne” spiega Brunello Cucinelli a proposito del suo lusso sartoriale. E Tombolini conferma la voglia di tagli giusti e tessuti migliori

Concorda con Cucinelli **Silvio Calvigioni Tombolini**, nuova generazione del brand marchigiano Tombolini, che a Pitti punta tutto su Zero Gravity, progetto incentrato proprio sui capi *hand made* “svuotati” di qualunque struttura e costruiti solo con i tagli giusti e i tessuti migliori, dal cashmere di Zegna al jersey gessato: “Credo che, dopo due anni di incontri digitali, sia tornata la voglia di ‘toccare’ forme e materiali”, spiega lui; in più, proprio in virtù di questa ritrovata voglia di vestirsi bene, all’interno di Zero Gravity è stato inserito anche un servizio di sartoria su misura, per un concetto di total look personalizzato portato all’estremo. “Con lo stesso tessuto facciamo i vestiti, le camicie, i bomber, la giacca sahariana”, spiega Tombolini. Anche qui, si tratta di investimenti importanti, ma in Fiera nessuno pare avere dubbi sul successo di una simile offerta.

Le giacche sahariane sono, a sorpresa, uno dei capi simbolo di questo ritorno all’eleganza più rifinita, visto che tengono banco anche nella collezione di Latorre, storica sartoria pugliese, il cui focus - per la prossima estate - è una sorta di guardaroba ideale del perfetto esploratore, tra abiti di lino e tenute perfette per un safari.



Peso piuma. L'abito Zero Gravity di Tombolini

HUB

S T Y L E

L'ESTATE ADDOSSO

Una moda sartoriale, spesso personalizzabile. Un lusso accessibile che parla di sostenibilità, dove protagonista indiscussa è la ricerca dei tessuti, tecnologici e innovativi. L'armadio maschile per la stagione estiva 2023 si riempie di novità e punta sul made in Italy

SMOKING CONTEMPORANEO

Un'eleganza libera e spontanea quella di **Pignatelli Sartoriale**. La nuova collezione ripropone l'estetica leggera della moda sartoriale capace di aggiornare gli abiti tradizionali rendendoli



IL LUSO DIVENTA SMART

Tombolini veste un uomo metropolitano, amante del lusso e dell'alta sartoria. La collezione è la più attiva mai creata e sceglie forme over per rispecchiare un'immagine rilassata. Grande attenzione alla ricerca di materiali, molti dei quali recuperati da reti da pesca, gomma e plastica, in un'ottica green.



EGANZA MODERNA

Più sofisticati, trattamenti inediti e una cura caratterizzata da un'eleganza senza tempo. Questo il mix che rende **Cruciani** uno stilista contemporaneo. Maestro nella lavorazione del cashmere dal 1992, presenta a Pitti 2023 il nuovo cotone, qui declinato in una giacca sospesa.

LEGGEREZZA E LA GIACCA

Stile del moderno accademico di **Tagliatore**. Il Dondico regala è naturale, segue il sottile confine tra classico e casual. Il brand pugliese, è anche per la prossima F&S 21, sulla sua iconica giacca, destrutturata e slobberata, diventa simbolo della breccarezza per fitness, caratteristico sempre più essenziale.



UNA STORIA TOSCANA

Alessandro Gherrini, stilista toscano nato alla fine degli anni '70, ha da sempre come target un uomo attento alla qualità di ciò che indossa. Proprio per questo, le camicie vengono tutte assemblate a mano in Italia. Caratteristica di proposta anche per la collezione F&S 21, presente a Pitti 2023.





PITTI IMMAGINE UOMO

la tribuna ^{di Treviso}

Pitti Uomo, la giacca si riprende la scena

“Certi pezzi sono investimenti che rendono: stanno bene a un sessantenne come a un ventenne” spiega Brunello Cucinelli a proposito del suo lusso sartoriale. E Tombolini conferma la voglia di tagli giusti e tessuti migliori

Concorda con Cucinelli **Silvio Calvigioni Tombolini**, nuova generazione del brand marchigiano Tombolini, che a Pitti punta tutto su Zero Gravity, progetto incentrato proprio sui capi *hand made* “svuotati” di qualunque struttura e costruiti solo con i tagli giusti e i tessuti migliori, dal cashmere di Zegna al jersey gessato: “Credo che, dopo due anni di incontri digitali, sia tornata la voglia di ‘toccare’ forme e materiali”, spiega lui; in più, proprio in virtù di questa ritrovata voglia di vestirsi bene, all’interno di Zero Gravity è stato inserito anche un servizio di sartoria su misura, per un concetto di total look personalizzato portato all’estremo. “Con lo stesso tessuto facciamo i vestiti, le camicie, i bomber, la giacca sahariana”, spiega Tombolini. Anche qui, si tratta di investimenti importanti, ma in Fiera nessuno pare avere dubbi sul successo di una simile offerta.

Le giacche sahariane sono, a sorpresa, uno dei capi simbolo di questo ritorno all’eleganza più rifinita, visto che tengono banco anche nella collezione di Latorre, storica sartoria pugliese, il cui focus - per la prossima estate - è una sorta di guardaroba ideale del perfetto esploratore, tra abiti di lino e tenute perfette per un safari.



Peso piuma. L'abito Zero Gravity di Tombolini



CORRIERE DELLA SERA

Maglia e polo, il ritorno del preppy I capi sportivi sono il nuovo lusso

Dalle mescole (sempre più sperimentali) di fibre nascono tessuti dalle prestazioni inedite

DA UNO DEI NOSTRI INVIATI

FIRENZE La moda uomo dell'estate 2023 guarda al fascino seduttivo di Jean-Paul Belmondo e del playboy Gigi Rizzi in vacanza a Saint-Tropez. L'eleganza da tempo libero — ben prima della febbre da palestra — era rappresentata da una polo, la maglia dall'*allure* sportiva che si appoggia al corpo e lascia immaginare. Vasiliy Piacenza, quattordicesima generazione della famiglia alla guida dello storico Lanificio, invita a osservare i dettagli che ne fanno un capo di lusso, le calature nelle maniche, il coiletto rifinito a tu-

Moda

Le collezioni
per l'estate 2023
al Pitti di Firenze

bolare. La superficie è sempre
mossa, tridimensionale, grazie
alle mischie, cotone e seta
cotone e lino, con quei tocchi
di colore che rimandano a
luoghi esotici.

Da Alpha Studio, marchio

di maglieria di Carmignano (Prato), le maglie nelle materie prime morbide e naturali indicano gli abbinamenti che già fanno tendenza: uva e testa di moro, arancio e terra, blu marea con i blu navy e il verde prato. Da Cruciani la polo ha il tono delicato del rosa cipria («perfetto sotto le giacche tabacco») e del pervinca. E c'è anche quella retrò chic degli Anni Settanta beige con

doppiopetto». Il modello nello stand di Tombolini indossa la tuta zero gravity in lino e lana «è comodissima» assicura.

in light cashmere (300 gr). Ovunque spicca lo stile preppy, quel bon ton chic che abbina i grandi classici del guardaroba con capi che sembrano rubati dalle divise sportive. Da Robe di Kappa campeggia la campagna Anni 80 di Toscani «La Polo di lui».

AlphaTauri sperimenta nuovi filati: Cashmax (55% cashmere, 45% Coolmax), Primaloft, Tencel-mix, per migliorare il comfort della maglieria 3D senza cuciture. Da

storiale ruba
ndo del cal
tabardina ha
aterproof.
di Cannes e
la Tagliatore
giacche sfo
derate nei tessuti naturali come il seersuker hanno i toni di verde acqua e azzurro cielo. I 40 anni di Wp Lavori in Corso, il gruppo internazionale fondato nel 1982 da Cristina Calori, si festeggiano a Pitti con i nuovi colori di Baracuta. Il nuovo designer giapponese Daiki Suzuki parla di taylo-ring (sartoria) indicando la sahariana e il giubbotto «gingham», quadrettoni con i toni del tramonto.

Maria Teresa Veneziani

© RIPRODUZIONE RISERVATA





PITTI IMMAGINE UOMO

MessaggeroVeneto

Pitti Uomo, la giacca si riprende la scena

“Certi pezzi sono investimenti che rendono: stanno bene a un sessantenne come a un ventenne” spiega Brunello Cucinelli a proposito del suo lusso sartoriale. E Tombolini conferma la voglia di tagli giusti e tessuti migliori

Concorda con Cucinelli **Silvio Calvigioni Tombolini**, nuova generazione del brand marchigiano Tombolini, che a Pitti punta tutto su Zero Gravity, progetto incentrato proprio sui capi *hand made* “svuotati” di qualunque struttura e costruiti solo con i tagli giusti e i tessuti migliori, dal cashmere di Zegna al jersey gessato: “Credo che, dopo due anni di incontri digitali, sia tornata la voglia di ‘toccare’ forme e materiali”, spiega lui; in più, proprio in virtù di questa ritrovata voglia di vestirsi bene, all’interno di Zero Gravity è stato inserito anche un servizio di sartoria su misura, per un concetto di total look personalizzato portato all’estremo. “Con lo stesso tessuto facciamo i vestiti, le camicie, i bomber, la giacca sahariana”, spiega Tombolini. Anche qui, si tratta di investimenti importanti, ma in Fiera nessuno pare avere dubbi sul successo di una simile offerta.

Le giacche sahariane sono, a sorpresa, uno dei capi simbolo di questo ritorno all’eleganza più rifinita, visto che tengono banco anche nella collezione di Latorre, storica sartoria pugliese, il cui focus - per la prossima estate - è una sorta di guardaroba ideale del perfetto esploratore, tra abiti di lino e tenute perfette per un safari.



Peso piuma. L'abito Zero Gravity di Tombolini



PITTI IMMAGINE UOMO

il mattino di Padova

Pitti Uomo, la giacca si riprende la scena

“Certi pezzi sono investimenti che rendono: stanno bene a un sessantenne come a un ventenne” spiega Brunello Cucinelli a proposito del suo lusso sartoriale. E Tombolini conferma la voglia di tagli giusti e tessuti migliori

Concorda con Cucinelli **Silvio Calvigioni Tombolini**, nuova generazione del brand marchigiano Tombolini, che a Pitti punta tutto su Zero Gravity, progetto incentrato proprio sui capi *hand made* “svuotati” di qualunque struttura e costruiti solo con i tagli giusti e i tessuti migliori, dal cashmere di Zegna al jersey gessato: “Credo che, dopo due anni di incontri digitali, sia tornata la voglia di ‘toccare’ forme e materiali”, spiega lui; in più, proprio in virtù di questa ritrovata voglia di vestirsi bene, all’interno di Zero Gravity è stato inserito anche un servizio di sartoria su misura, per un concetto di total look personalizzato portato all’estremo. “Con lo stesso tessuto facciamo i vestiti, le camicie, i bomber, la giacca sahariana”, spiega Tombolini. Anche qui, si tratta di investimenti importanti, ma in Fiera nessuno pare avere dubbi sul successo di una simile offerta.

Le giacche sahariane sono, a sorpresa, uno dei capi simbolo di questo ritorno all’eleganza più rifinita, visto che tengono banco anche nella collezione di Latorre, storica sartoria pugliese, il cui focus - per la prossima estate - è una sorta di guardaroba ideale del perfetto esploratore, tra abiti di lino e tenute perfette per un safari.



Peso piuma. L'abito Zero Gravity di Tombolini



PITTI IMMAGINE UOMO

LA STAMPA

Pitti Uomo, la giacca si riprende la scena

“Certi pezzi sono investimenti che rendono: stanno bene a un sessantenne come a un ventenne” spiega Brunello Cucinelli a proposito del suo lusso sartoriale. E Tombolini conferma la voglia di tagli giusti e tessuti migliori

Concorda con Cucinelli **Silvio Calvigioni Tombolini**, nuova generazione del brand marchigiano Tombolini, che a Pitti punta tutto su Zero Gravity, progetto incentrato proprio sui capi *hand made* “svuotati” di qualunque struttura e costruiti solo con i tagli giusti e i tessuti migliori, dal cashmere di Zegna al jersey gessato: “Credo che, dopo due anni di incontri digitali, sia tornata la voglia di ‘toccare’ forme e materiali”, spiega lui; in più, proprio in virtù di questa ritrovata voglia di vestirsi bene, all’interno di Zero Gravity è stato inserito anche un servizio di sartoria su misura, per un concetto di total look personalizzato portato all’estremo. “Con lo stesso tessuto facciamo i vestiti, le camicie, i bomber, la giacca sahariana”, spiega Tombolini. Anche qui, si tratta di investimenti importanti, ma in Fiera nessuno pare avere dubbi sul successo di una simile offerta.

Le giacche sahariane sono, a sorpresa, uno dei capi simbolo di questo ritorno all’eleganza più rifinita, visto che tengono banco anche nella collezione di Latorre, storica sartoria pugliese, il cui focus - per la prossima estate - è una sorta di guardaroba ideale del perfetto esploratore, tra abiti di lino e tenute perfette per un safari.



Peso piuma. L'abito Zero Gravity di Tombolini



PITTI IMMAGINE UOMO

la Sentinella del Canavese

Pitti Uomo, la giacca si riprende la scena

“Certi pezzi sono investimenti che rendono: stanno bene a un sessantenne come a un ventenne” spiega Brunello Cucinelli a proposito del suo lusso sartoriale. E Tombolini conferma la voglia di tagli giusti e tessuti migliori

Concorda con Cucinelli **Silvio Calvigioni Tombolini**, nuova generazione del brand marchigiano Tombolini, che a Pitti punta tutto su Zero Gravity, progetto incentrato proprio sui capi *hand made* “svuotati” di qualunque struttura e costruiti solo con i tagli giusti e i tessuti migliori, dal cashmere di Zegna al jersey gessato: “Credo che, dopo due anni di incontri digitali, sia tornata la voglia di ‘toccare’ forme e materiali”, spiega lui; in più, proprio in virtù di questa ritrovata voglia di vestirsi bene, all’interno di Zero Gravity è stato inserito anche un servizio di sartoria su misura, per un concetto di total look personalizzato portato all’estremo. “Con lo stesso tessuto facciamo i vestiti, le camicie, i bomber, la giacca sahariana”, spiega Tombolini. Anche qui, si tratta di investimenti importanti, ma in Fiera nessuno pare avere dubbi sul successo di una simile offerta.

Le giacche sahariane sono, a sorpresa, uno dei capi simbolo di questo ritorno all’eleganza più rifinita, visto che tengono banco anche nella collezione di Latorre, storica sartoria pugliese, il cui focus - per la prossima estate - è una sorta di guardaroba ideale del perfetto esploratore, tra abiti di lino e tenute perfette per un safari.



Peso piuma. L'abito Zero Gravity di Tombolini



PITTI IMMAGINE UOMO

di Venezia e Mestre la Nuova

Pitti Uomo, la giacca si riprende la scena

“Certi pezzi sono investimenti che rendono: stanno bene a un sessantenne come a un ventenne” spiega Brunello Cucinelli a proposito del suo lusso sartoriale. E Tombolini conferma la voglia di tagli giusti e tessuti migliori

Concorda con Cucinelli **Silvio Calvigioni Tombolini**, nuova generazione del brand marchigiano Tombolini, che a Pitti punta tutto su Zero Gravity, progetto incentrato proprio sui capi *hand made* “svuotati” di qualunque struttura e costruiti solo con i tagli giusti e i tessuti migliori, dal cashmere di Zegna al jersey gessato: “Credo che, dopo due anni di incontri digitali, sia tornata la voglia di ‘toccare’ forme e materiali”, spiega lui; in più, proprio in virtù di questa ritrovata voglia di vestirsi bene, all’interno di Zero Gravity è stato inserito anche un servizio di sartoria su misura, per un concetto di total look personalizzato portato all’estremo. “Con lo stesso tessuto facciamo i vestiti, le camicie, i bomber, la giacca sahariana”, spiega Tombolini. Anche qui, si tratta di investimenti importanti, ma in Fiera nessuno pare avere dubbi sul successo di una simile offerta.

Le giacche sahariane sono, a sorpresa, uno dei capi simbolo di questo ritorno all’eleganza più rifinita, visto che tengono banco anche nella collezione di Latorre, storica sartoria pugliese, il cui focus - per la prossima estate - è una sorta di guardaroba ideale del perfetto esploratore, tra abiti di lino e tenute perfette per un safari.



Peso piuma. L'abito Zero Gravity di Tombolini



PITTI IMMAGINE UOMO

LA NAZIONE

Pitti uomo 2022 a Firenze si riprende il centro della scena della moda

Primo giorno di fuoco per l'edizione 102, con l'omaggio all'Africa e alla stilista Grace Wales Bonner.
Folla di compratori alla Fortezza da Basso e tanti sguardi ammirati per la modella Emily Ratajkowski

Firenze, 15 giugno 2022 - Omaggio all'Africa, alla sua dolorosa storia di schiavismo che sotto la dominazione inglese ha popolato di uomini provenienti dal sud sahariano la Giamaica. Ricordi e appartenenza e tanta voglia di integrazione sono stati gli ingredienti del bel defilé di ieri sera di Grace Wales Bonner, trentenne stilista nata a Londra da madre inglese e padre giamaicano, vincitrice nel 2016 del Premio LVMH e nel 2019 fondatrice del suo brand Wales Bonner che tanto interesse sta riscuotendo da stampa e buyer internazionali. Un bel colpo per Pitti Immagine e per questo Pitti Uomo 102 che ieri ha vissuto il suo primo giorno di fuoco, per visitatori e clima torrido, in Fortezza e con una mitragliata di cocktail per tutta la città. Un modo tutto sommato un po' vecchiotto di brindare alle nuove collezioni per la primavera estate 2023 che il salone fiorentino mostra fino al 17 giugno. Ma così va la moda e soprattutto la mondanità della moda che è sempre un po' 'alticcica'... ma sempre festosa. Si brinda infatti alla ripresa e a questo Pitti Uomo 102 che la consacra come raccontano in fiera un po' tutti gli espositori.

Per Grace Wales Bonner è tempo di parlare di Africa coi suoi modelli per niente etnici però ma contemporanei e flessuosi, uomini e donne capaci di indossare con nonchalance lo stesso abito, come testimonianza personale ma anche collettiva di interesse e partecipazione culturale. La stilista lo fa anche con l'installazione di vecchi sacchi di juta raccolti dai contadini in quei lontani paesi e cuciti a mano uno attaccato all'altro sul tappeto del cortile centrale di Palazzo Medici e Palazzo dei Muri dove c'è una enorme parete di sacchi di juta, commerci e fatiche. Un confronto tra l'arte di Iyana che arriva dal Ghana, i magnifici spazi del palazzo che ospita le preziosità dei Magi di Benozzo Gozzoli.

E Pitti Uomo 102 è anche e soprattutto questo, scoperta di nuovi talenti come nel passato è stato per Raf Simons e più di recente per il povero Virgil Abloh che tutti rimpiangiamo lanciati appunto da Pitti Immagine. Speriamo che la bella storia si ripeta con la minuta Grace.

per i negozi. Molti i compratori da Tobolini che lancia abiti superleggeri e duttili come quelli della collezione Zero Gravity mostrata dal sempre più bravo Silvio Calvigioni Tombolini che ha

pure da Brunello Cucinelli assediato da amici e da giornalisti a caccia dei suoi segreti di eleganza maschile. Bella la collezione di maglia di Piacenza 1733, insuperabile e sorprendente quella di Cruciani col direttore generale Riccardo Antonioni che illustra la maestria dei suoi artigiani in Umbria e il grande impegno per il rilancio di questo luxury brand.





PITTI IMMAGINE UOMO

IL PICCOLO

Pitti Uomo, la giacca si riprende la scena

“Certi pezzi sono investimenti che rendono: stanno bene a un sessantenne come a un ventenne” spiega Brunello Cucinelli a proposito del suo lusso sartoriale. E Tombolini conferma la voglia di tagli giusti e tessuti migliori

Concorda con Cucinelli **Silvio Calvigioni Tombolini**, nuova generazione del brand marchigiano Tombolini, che a Pitti punta tutto su Zero Gravity, progetto incentrato proprio sui capi *hand made* “svuotati” di qualunque struttura e costruiti solo con i tagli giusti e i tessuti migliori, dal cashmere di Zegna al jersey gessato: “Credo che, dopo due anni di incontri digitali, sia tornata la voglia di ‘toccare’ forme e materiali”, spiega lui; in più, proprio in virtù di questa ritrovata voglia di vestirsi bene, all’interno di Zero Gravity è stato inserito anche un servizio di sartoria su misura, per un concetto di total look personalizzato portato all’estremo. “Con lo stesso tessuto facciamo i vestiti, le camicie, i bomber, la giacca sahariana”, spiega Tombolini. Anche qui, si tratta di investimenti importanti, ma in Fiera nessuno pare avere dubbi sul successo di una simile offerta.

Le giacche sahariane sono, a sorpresa, uno dei capi simbolo di questo ritorno all’eleganza più rifinita, visto che tengono banco anche nella collezione di Latorre, storica sartoria pugliese, il cui focus - per la prossima estate - è una sorta di guardaroba ideale del perfetto esploratore, tra abiti di lino e tenute perfette per un safari.



Peso piuma. L'abito Zero Gravity di Tombolini



PITTI IMMAGINE UOMO

Corriere delle Alpi

Pitti Uomo, la giacca si riprende la scena

“Certi pezzi sono investimenti che rendono: stanno bene a un sessantenne come a un ventenne” spiega Brunello Cucinelli a proposito del suo lusso sartoriale. E Tombolini conferma la voglia di tagli giusti e tessuti migliori

Concorda con Cucinelli **Silvio Calvigioni Tombolini**, nuova generazione del brand marchigiano Tombolini, che a Pitti punta tutto su Zero Gravity, progetto incentrato proprio sui capi *hand made* “svuotati” di qualunque struttura e costruiti solo con i tagli giusti e i tessuti migliori, dal cashmere di Zegna al jersey gessato: “Credo che, dopo due anni di incontri digitali, sia tornata la voglia di ‘toccare’ forme e materiali”, spiega lui; in più, proprio in virtù di questa ritrovata voglia di vestirsi bene, all’interno di Zero Gravity è stato inserito anche un servizio di sartoria su misura, per un concetto di total look personalizzato portato all’estremo. “Con lo stesso tessuto facciamo i vestiti, le camicie, i bomber, la giacca sahariana”, spiega Tombolini. Anche qui, si tratta di investimenti importanti, ma in Fiera nessuno pare avere dubbi sul successo di una simile offerta.

Le giacche sahariane sono, a sorpresa, uno dei capi simbolo di questo ritorno all’eleganza più rifinita, visto che tengono banco anche nella collezione di Latorre, storica sartoria pugliese, il cui focus - per la prossima estate - è una sorta di guardaroba ideale del perfetto esploratore, tra abiti di lino e tenute perfette per un safari.



Peso piuma. L'abito Zero Gravity di Tombolini



PITTI IMMAGINE UOMO

la Provincia

PAVESE

Pitti Uomo, la giacca si riprende la scena

“Certi pezzi sono investimenti che rendono: stanno bene a un sessantenne come a un ventenne” spiega Brunello Cucinelli a proposito del suo lusso sartoriale. E Tombolini conferma la voglia di tagli giusti e tessuti migliori

Concorda con Cucinelli **Silvio Calvigioni Tombolini**, nuova generazione del brand marchigiano Tombolini, che a Pitti punta tutto su Zero Gravity, progetto incentrato proprio sui capi *hand made* “svuotati” di qualunque struttura e costruiti solo con i tagli giusti e i tessuti migliori, dal cashmere di Zegna al jersey gessato: “Credo che, dopo due anni di incontri digitali, sia tornata la voglia di ‘toccare’ forme e materiali”, spiega lui; in più, proprio in virtù di questa ritrovata voglia di vestirsi bene, all’interno di Zero Gravity è stato inserito anche un servizio di sartoria su misura, per un concetto di total look personalizzato portato all’estremo. “Con lo stesso tessuto facciamo i vestiti, le camicie, i bomber, la giacca sahariana”, spiega Tombolini. Anche qui, si tratta di investimenti importanti, ma in Fiera nessuno pare avere dubbi sul successo di una simile offerta.

Le giacche sahariane sono, a sorpresa, uno dei capi simbolo di questo ritorno all’eleganza più rifinita, visto che tengono banco anche nella collezione di Latorre, storica sartoria pugliese, il cui focus - per la prossima estate - è una sorta di guardaroba ideale del perfetto esploratore, tra abiti di lino e tenute perfette per un safari.



Peso piuma. L'abito Zero Gravity di Tombolini

Il Messaggero

Pitti Uomo fa vela verso la sua Isola: 640 brand e l'Ucraina in prima fila

LA KERMESSÉ

Lo scatto è rock: «E siamo ancora qua». Il presidente Claudio Marenzi per presentare l'edizione 102 di Pitti Immagine Uomo alla Fortezza da Basso di Firenze dal 14 al 17 giugno usa le parole di Vasco Rossi. «Abbiamo eccitazione ed energia. Sono tanti gli eventi e gli anniversari, abbiamo l'Ucraina ospite, ci sono due designer d'eccezione come Ann Demeulemeester e Grace Wales

LA RASSEGNA A FIRENZE DAL 14 AL 17 GIUGNO: TANTI EVENTI SPECIALI OSPITI LE STILISTE GRACE WALES BONNER E ANN DEMEULEMEESTER

Bonner». Il tema dell'edizione è Island, isola. «L'isola è luogo dove i naviganti esperti si riposano, ma anche terra da scoprire, di incontri, di scambi di esperienze e itinerari. Posto reale e fantastico insieme, metafora perfetta per i nostri saloni e obiettivi», spiega Agostino Poletto, direttore generale di Pitti Immagine.

LE CINQUE AREE

La manifestazione è «a 640 adesioni, con il 38% dall'estero. Tra buyer, shop, boutique di ricerca, marchi e visitatori stimiamo 15 mila presenze», afferma l'ad Raffaello Napoleone. Ancora lontani i numeri pre Covid, ma in netta ripresa. Confermate le cinque macro aree: il classico da Fantastic classic e Futuro maschile (dove espongono da Tucielli a Caruso, da Manuel Rita a **Tombolini** la parte sportiva e le tendenze di tute (con marchi come Antony



NAVIGANTI
Un'isola è l'immagine simbolo di Pitti Uomo edizione 102, intesa come terra da scoprire e luogo di incontri

Morato, Invicta, Kut Klon) e quella di ricerca e sostenibilità con Superstyling e S Style. Due le ospiti speciali. La designer angio-giamaicana Grace Wales Bonner con una sfilata in un luogo ancora top secret e la belga Ann Demeulemeester - dopo il rinvio di gennaio - con un progetto specia-

le alla Stazione Leopolda. E poi la carica di eventi: 70 anni del marchio Roy Roger's a Palazzo Vecchio con mini movie firmato Bruce Weber, i 40 di WP, Robe di Kappa con la prima sfilata fisica, il ritorno di Ecoalf e Fila, la supertop Emily Ratajkovski e la collaborazione con Superga. Da non

perdere la sfilata-evento del brand danese Soulland e la presentazione di Sapiro, fondato dal designer Giulio Sapiro, con i suoi abiti in un baule. In prima fila l'Ucraina: Fondazione Pitti Discovery ha invitato una selezione di designer e brand con le loro collezioni.

IL MERCATO

Confortanti i numeri economici: Sistema Moda Italia certifica un export 2021 con il +13,4%. Molto bene Usa ed Europa, note dolenti dalla Cina per i focolai Covid, e poi male Hong Kong, Gran Bretagna e Giappone. Per la guerra in Ucraina è presto per un bilancio, anche se la Russia interessa il 3% del mercato. Cambia il modo di pensare la moda per chi la fa: «Carenza di materie prime, rincari, energia stanno creando problemi, ma anche nuovi approcci - dice Marenzi - Se voglio vendere dovrò prima capire come e produrre. Se non fosse per la drammaticità della situazione, è un momento di stimolo per gli imprenditori».

Paola Pastorini

© RIPRODUZIONE RISERVATA



PITTI IMMAGINE UOMO

LA NAZIONE

Pitti Uomo: l'eleganza semplice al potere. Brumotti, Rosolino e Michele Bravi tra i vip

Via alla rassegna con tanti eventi collaterali

Firenze, 12 giugno 2022 - Quali saranno i nuovi codici del vestire maschile per la primavera-estate 2023 in scena dal 14 al 17 giugno all'edizione numero 102 di Pitti Uomo in Fortezza da Basso a Firenze e un po' per tutta la città con eventi, sfilate e presentazioni? Prima di tutto eleganza **semplice e senza tempo**, che sia espressione chiara di sé e del proprio gusto, senza contaminazioni tra sartoriale e sportswear. E ancora una marcia verso le cinture alle scarpe, dalle trolley alle sacche da viaggio, per calcare ancora di più la mano sulla ricerca del bello e del comodo. Cosmopolita e a contatto con un universo di culture, è un gentleman al passo con i tempi. Naturalmente sportivo, modernamente classico.

Nuove lunghezze, colli rielaborati, stampe delicate e giochi di dettagli su un capo statement come la camicia. **Fresca ed estiva**, è una proposta che lascia esprimere la personalità dell'uomo contemporaneo in un gioco di colori, accostamenti insoliti e stampe, senza dimenticare l'essenzialità del classico. Dalle righe alle texture più elaborate. Insomma, tanta voglia di libertà. Molto lino e cotone perché altro input è quello della naturalezza e dei tessuti che respirano e fanno respirare la pelle in estate. Giacche doppiopetto sfoderate e leggere, sahariane d'atmosfera.

Poi ancora capi senza tempo, a dispetto delle stagioni, timeless nelle forme e nei pesi. Per il tempo libero

tute e felpe a prova di caldo, pantaloni sempre con la coulisse. Tanta maglia d'estate, specie in cotone finissimo, come per il blazer super elegante di Cruciani. Camouflage delicato per la giacca di Tombolini

Moschillo, abiti candidi per l'estate glam di Carlo Pignatelli. Charme inglese per Baracuta che piace a ogni età.

Lino, jersey e spugna per maglie estive leggere. Il bon ton si esprime su pull in cotone a trecce e polo impeccabili. Tessuti pregiati e naturali al tatto su modelli casual chic da mettere in valigia. E capsule sviluppate sul tema del colore. Dettagli e finiture impreziosiscono over confortevoli e funzionali.



PITTI IMMAGINE UOMO

GAZZETTA DI MANTOVA

Pitti Uomo, la giacca si riprende la scena

“Certi pezzi sono investimenti che rendono: stanno bene a un sessantenne come a un ventenne” spiega Brunello Cucinelli a proposito del suo lusso sartoriale. E Tombolini conferma la voglia di tagli giusti e tessuti migliori

Concorda con Cucinelli **Silvio Calvigioni Tombolini**, nuova generazione del brand marchigiano Tombolini, che a Pitti punta tutto su Zero Gravity, progetto incentrato proprio sui capi *hand made* “svuotati” di qualunque struttura e costruiti solo con i tagli giusti e i tessuti migliori, dal cashmere di Zegna al jersey gessato: “Credo che, dopo due anni di incontri digitali, sia tornata la voglia di ‘toccare’ forme e materiali”, spiega lui; in più, proprio in virtù di questa ritrovata voglia di vestirsi bene, all’interno di Zero Gravity è stato inserito anche un servizio di sartoria su misura, per un concetto di total look personalizzato portato all’estremo. “Con lo stesso tessuto facciamo i vestiti, le camicie, i bomber, la giacca sahariana”, spiega Tombolini. Anche qui, si tratta di investimenti importanti, ma in Fiera nessuno pare avere dubbi sul successo di una simile offerta.

Le giacche sahariane sono, a sorpresa, uno dei capi simbolo di questo ritorno all’eleganza più rifinita, visto che tengono banco anche nella collezione di Latorre, storica sartoria pugliese, il cui focus - per la prossima estate - è una sorta di guardaroba ideale del perfetto esploratore, tra abiti di lino e tenute perfette per un safari.



Peso piuma. L'abito Zero Gravity di Tombolini



PITTI IMMAGINE UOMO

PANORAMA.IT

Il guardaroba selezionato e presentato nelle alcove di Fortezza da Basso infonde sicurezza e allo stesso tempo suggerisce interessanti intuizioni di stile contemporaneo.

Benvenuti i capi senza tempo, creati per durare e per essere vissuti e conservati a dispetto delle stagioni.

Nate dalla convergenza tra nuove tendenze e savoir-faire artigianale, le proposte di Brunello Cucinelli esprimono appieno questo gusto per un'eleganza disinvolta, fondata su un raffinato e al tempo stesso rilassato equilibrio tra distinzione e dinamismo. Una sapiente nonchalance, nutrita del sapere della tradizione, con l'abito al centro, protagonista della stagione, interprete dell'eleganza business oppure del vestire garbato o disimpegnato del tempo libero. Maglieria e camiceria accrescono il senso di agio e comfort, un sapiente connubio di fibre naturali, speciali texture, effetti mélange e délavé che donano profondità al colore.

La giacca e il completo doppio petto sono scelti da Carlo Pigantelli Sartorial per una versione deluxe del vestire primaverile ed estivo, destrutturato in modo da garantire un funzionale peso piuma.

Un soffice blazer doppiopetto destrutturato in cotone peso piuma è anche lo stile di Cruciani, nato da un'inedita combinazione fra il più puro cotone egiziano e i filati compatti di nuova generazione, abbinato ad una impalpabile camicia di maglia, frutto dell'eccellenza del marchio.

Alessandro Gherardi porta la sua proposta di camicie couture con colli rielaborati, stampe delicate e a tema estate, mentre Piacenza Cashmere lavora un cashmere finissimo, o in mix di cashmere/seta e merinos, per la realizzazione di pregiate maglie urban basic.

Anche il brand di maglieria Filippo De Laurentiis esaltano l'aspetto naturale e brillante delle materie prime e la freschezza dei colori, su spugna, sulle trame bouclé, sui riccioli del vrillé e sulla matericità dei cotoni.

La collezione uomo di Alpha Studio esalta le fibre più nobili e l'uso inedito del colore, con gradazioni e sfumature tattili e speciali lavorazioni traforate, con intrecci o contrasti. Nuove lavorazioni e dettagli couture per i sottogiacca e gli altri capi di maglieria fine dall'effetto vintage, declinati in toni naturali, arancio ed henné, fino agli azzurri e testa di moro.

Il brand marchigiano Tomboloni rilegge unisce classico formale e leisurewear e opta per tessuti fluidi che scivolano sul corpo e pesi minimi, nelle tonalità neutre, dal bianco, al beige panama, alle sfumature di grigi, azzurri e verdi cerulei fino ai rosa tiepidi e polverosi.

Tra i must-have della stagione c'è l'abito Zero Gravity, la giacca sahariana in knitwear tecnico, la salopette in jeans

TMB Running, la proposta più attiva del marchio, unisce le prestazioni del mondo dello sport con quelle quotidiane, ridefinendo l'idea di lusso sportivo contemporaneo. I prodotti sono abbinabili l'uno con l'altro.

Il brand marchigiano Tomboloni rilegge unisce classico formale e leisurewear e opta per tessuti fluidi che scivolano sul corpo e pesi minimi, nelle tonalità neutre, dal bianco, al beige panama, alle sfumature di grigi, azzurri e verdi cerulei fino ai rosa tiepidi e polverosi.

Tra i must-have della stagione c'è l'abito Zero Gravity, la giacca sahariana in knitwear tecnico, la salopette in jeans, il k-way bicolore e il bomber in cotone.

TMB Running, la proposta più attiva del marchio, unisce le prestazioni del mondo dello sport con quelle quotidiane, ridefinendo l'idea di lusso sportivo contemporaneo. I prodotti sono abbinabili l'uno con l'altro.



Tomboloni



la Provincia di Fermo

notizie glocal .com

FIRENZE – Poco più di un giorno e la Fortezza Da Basso di Firenze aprirà i suoi cancelli per la 102esima edizione del Pitti Uomo. Un'edizione che dura quattro gironi, come nel pre pandemia, primo simbolo di una ritrovata serenità.

A esporre le collezioni primavera-estate 2023 saranno 640 brand in totale (38% esteri), compresi i 'big' del salone, tra cui Brunello Cucinelli e tanti calzaturieri fermani che **provano a reinventare la tradizione**. È un numero che ancora non torna al pre Covid, ma comunque in crescita rispetto alle passate edizioni. Questa volta è stato scelto Pitti Island come tema guida del salone.

Tanti show extra salone. Apre la sfilata Carpe Noctem del Polimoda, al Giardino Torrigiani, con le collezioni dei talenti del futuro. Il giorno dopo ci sarà lo show di Wales Bonner a Palazzo Medici Riccardi, mentre la sera a Palazzo Vecchio è prevista la cena di Roy Roger's per il lancio del mini-film realizzato dal fotografo Bruce Weber, ideato per celebrare i 70 anni del brand. Cuoio di Toscana presenterà un nuovo progetto sostenibile con una live performance di Michele Bravi, invece Superga accoglierà la top model Emily Ratajkowski per un cocktail al piazzale Michelangelo.

Brilleranno anche le Marche grazie a Tombolini e a Manuel Ritz. Il primo punta sui tessuti della linea active Tmb che derivano da reti da pesca, gomma e plastica che diventano micro poliesteri hi-tech. Non mancano le fibre naturali come le lane e i cotone mixati a poliammide ed elasthan, oltre che nylon riciclato per giacche e trench. Perfino il classico strizza l'occhio all'hi-tech, Manuel Ritz infatti presenta la giacca monopetto in gabardina con un inserto in nylon waterproof.

Tornando agli eventi il brand Sapio punta sul food con una degustazione affidata agli chef Iginio Massari, Riccardo Mondo, Filippo Saporito e Marco Stabile. Mauna Kea presenterà la capsule collection realizzata con **il giocatore dell'Nba Jaren Jackson Junior**, in arrivo dagli Usa dove gioca con i Memphis Grizzlies.

FASHION

— NETWORK —

Dal suo stand nell'area Open Space, di fronte a Brunello Cucinelli e vicino a Stefano Ricci e Tombolini, Marco Castelli ha presentato per la prima volta il suo nuovo progetto di calzature, volto ad espandere il proprio universo stilistico, che dal 2015 propone per mezzo di una linea di abbigliamento sartoriale maschile.

Castelli cucitovi sopra, a contrasto o tono su tono. Tutto realizzato a mano, un paio alla volta, da un artigiano delle Marche”.

Top model di fama internazionale con 600.000 follower su Instagram e recentemente volto della campagna del profumo “Bleu” della griffe francese Chanel, che gli ha chiesto di indossare le sue creazioni su misura nelle foto di campagna, Marco Castelli ha una clientela retail cui vende online dai propri profili social e dal suo sito online. “Marco, che oltre ad essere diventato un bravissimo designer è anche mio grande amico, non aveva finora mai affrontato il business sotto l’aspetto del wholesale”, racconta a FashionNetwork.com Alessandro Garaventa, da novembre 2021 direttore commerciale del brand Marco Castelli, manager da 15 anni attivo nel settore delle scarpe di lusso con esperienze da Bruno Magli, Alberto Guardiani, Silvano Lattanzi, Stefano Branchini e con 9 anni di lavoro da Prada, seguendo merchandising e buying per le calzature maschili nelle boutique di proprietà del marchio italiano in Sud Europa e poi in America.

MODA



Giu 16

TOMBOLINI FESTEGGIA IL CONNUBIO TRA MODA E SPORT A PITTI UOMO 102

Record di visitatori, buyers italiani e internazionali per Tombolini a Fortezza da Basso a Firenze. In quest'occasione, il brand ha presentato il legame forte e autentico che lo unisce al mondo dello sport

Tombolini ha affidato il racconto del connubio tra moda e sport a un video, "Tombolini Fair Play Match", che vede protagonista il campione olimpico Antonio Rossi e che è stato presentato in anteprima a Pitti Uomo mercoledì 15 giugno.

Un manifesto di autentico fair play a cui hanno assistito molti ospiti che gravitano intorno all'universo sportivo, a partire dallo stesso canoista Antonio Rossi per continuare con giovani campioni italiani come le gemelle del basket Matilde ed Eleonora Villa, l'ostacolista Lorenzo Perini e il saltatore con l'asta Alessandro Sinno.

Insieme a loro Massimiliano Rosolino, Fabio Galante, Iacopo Volpi, Nicola Nicoletti, Gianluca Rocchi, Nicolò Cotto, l'inconfondibile Federico Buffa, maestro nel raccontare lo sport e i suoi protagonisti e l'attore Paolo Ruffini, che ha sempre preferito guardare lo sport più che praticarlo.



PITTI IMMAGINE UOMO

Pink & Chic

PITTI UOMO: TOMBOLINI PRESENTA IL CONNUBIO PERFETTO TRA SPORT ED ELEGANZA



mercoledì 15 giugno.

Un manifesto di autentico fair play a cui hanno assistito molti ospiti che gravitano intorno all'universo sportivo, a partire dallo stesso canoista Antonio Rossi per continuare con giovani campioni italiani come le gemelle del basket **Matilde ed Eleonora Villa**, l'ostacolista **Lorenzo Perini** e il saltatore con l'asta **Alessandro Sinno**. Insieme a loro **Massimiliano Rosolino**, **Fabio Galante**, **Iacopo Volpi**, **Nicola Nicoletti**, **Gianluca Rocchi**, **Nicolò Cotto**, l'inconfondibile **Federico Buffa**, maestro nel raccontare lo sport e i suoi protagonisti e l'attore **Paolo Ruffini**, che ha sempre preferito guardare lo sport più che praticarlo. Un modo originale con il quale Tombolini sottolinea, una volta di più, quella relazione unica tra moda e sport che traduce, stagione dopo stagione, nel suo tailoring identitario che fa suoi i concetti chiave del mondo sportivo e li trasforma in stile al maschile.

di Redazione

Record di visitatori, buyers italiani e internazionali per **Tombolini**, che a Fortezza da Basso a Firenze ha presentato il legame forte e autentico che lo unisce al mondo dello sport, che nasce dalla condivisione dei medesimi valori e di una filosofia naturalmente inclusiva per diventare modo di vivere.

Che parla di rispetto e di collaborazione, che inneggia al coraggio e alla sfida, in cui sono racchiusi disciplina e sacrifici mossi da una profonda motivazione e da un'etica mai fine a sé stessa.

Perché moda e sport fanno squadra e Tombolini affida il racconto del loro magico connubio a un video, "**Tombolini Fair Play Match**", che vede protagonista il campione olimpico **Antonio Rossi** e che è stato presentato in anteprima a **Pitti Uomo**



FASHION LIFE WEB



Mercoledì 15 giugno è stato presentato in anteprima il video "TOMBOLINI FAIR PLAY MATCH" alla presenza di ospiti, testimonial del mondo sportivo e stampa italiana ed estera.

FASHION

Grande successo per Tombolini a Pitti Uomo

Rossella Di Piero • Giugno 17, 2022

Record di visitatori, buyers italiani e internazionali per **Tombolini** a Fortezza da Basso a Firenze che ha presentato il legame forte e autentico che lo unisce al mondo dello sport, che nasce dalla condivisione dei medesimi valori e di una filosofia naturalmente inclusiva per diventare modo di vivere. Che parla di rispetto e di collaborazione, che inneggia al coraggio e alla sfida, in cui sono racchiusi disciplina e sacrifici mossi da una profonda motivazione e da un'etica mai fine a sé stessa.



Perché moda e sport fanno squadra e **Tombolini** affida il racconto del loro magico connubio a un video, "**Tombolini Fair Play Match**", che vede protagonista il campione olimpico **Antonio Rossi** e che è stato presentato in anteprima a **Pitti Uomo** mercoledì 15 giugno.

Un manifesto di autentico fair play a cui hanno assistito molti ospiti che gravitano intorno all'universo sportivo, a partire dallo stesso canoista **Antonio Rossi** per continuare con giovani campioni italiani come le gemelle del basket **Matilde ed Eleonora Villa**, l'ostacolista Lorenzo Perini e il saltatore con l'asta **Alessandro Sinno**. Insieme a loro **Massimiliano Rosolino**, **Fabio Galante**, **Iacopo Volpi**, **Nicola Nicoletti**, **Gianluca Rocchi**, **Nicolò Cotto**, l'inconfondibile **Federico Buffa**, maestro nel raccontare lo sport e i suoi protagonisti e l'attore **Paolo Ruffini**, che ha sempre preferito guardare lo sport più che praticarlo.

Un modo originale con il quale **Tombolini** sottolinea, una volta di più, quella relazione unica tra moda e sport che traduce, stagione dopo stagione, nel suo tailoring identitario che fa suoi i concetti chiave del mondo sportivo e li trasforma in stile al maschile.



Massimiliano Rosolino e Antonio Rossi

Nicolò Cotto e Silvio Tombolini



PITTI IMMAGINE UOMO

Bollicine *Vip*

Il sito di attualità e cronaca rosa .com



BOLLICINE VIP EVENTI VIP LOOK VIP NOVITÀ PRESENTAZIONI

Tombolini a Pitti Uomo: una collezione dal connubio perfetto tra sport ed eleganza

Perché moda e sport fanno squadra e **Tombolini** affida il racconto del loro magico connubio a un video, "**Tombolini Fair Play Match**". Che vede protagonista il campione olimpico **Antonio Rossi** e che è stato presentato in anteprima a Pitti Uomo mercoledì 15 giugno.

Un manifesto di autentico fair play a cui hanno assistito molti ospiti che gravitano intorno all'universo sportivo. A partire dallo stesso canoista **Antonio Rossi**. Per continuare con giovani campioni italiani come le gemelle del basket **Matilde ed Eleonora Villa**, l'ostacolista **Lorenzo Perini** e il saltatore con l'asta **Alessandro Sinno**. Insieme a loro **Massimiliano Rosolino**, **Fabio Galante**, **Iacopo Volpi**, **Nicola Nicoletti**, **Gianluca Rocchi**, **Nicolò Cotto**, l'inconfondibile **Federico Buffa**, maestro nel raccontare lo sport e i suoi protagonisti. Inoltre presente anche l'attore **Paolo Ruffini**, che ha sempre preferito guardare lo sport più che praticarlo.

Un modo originale con il quale **Tombolini** sottolinea, una volta di più, quella relazione unica tra moda e sport che traduce, stagione dopo stagione, nel suo tailoring identitario che fa suoi i concetti chiave del mondo sportivo e li trasforma in stile al maschile.

MERCOLEDÌ 15 GIUGNO È STATO PRESENTATO IN ANTEPRIMA IL VIDEO "TOMBOLINI FAIR PLAY MATCH" ALLA PRESENZA DI OSPITI, TESTIMONIAL DEL MONDO SPORTIVO E STAMPA ITALIANA ED ESTERA.

RECORD DI VISITATORI, BUYERS ITALIANI E INTERNAZIONALI PER TOMBOLINI A FORTEZZA DA BASSO A FIRENZE.

Durante Pitti Uomo, **Tombolini** ha presentato il legame forte e autentico che lo unisce al mondo dello sport, che nasce dalla condivisione dei medesimi valori e di una filosofia naturalmente inclusiva per diventare modo di vivere. Che parla di rispetto e di collaborazione, che inneggia al coraggio e alla sfida. In cui sono racchiusi disciplina e sacrifici mossi da una profonda motivazione e da un'etica mai fine a sé stessa.





PITTI IMMAGINE UOMO

MILANO
LUXURY LIFE



FIRENZE – Record di visitatori, buyers italiani e internazionali per [Tombolini](#) a Fortezza da Basso a Firenze che ha presentato il legame forte e autentico che lo unisce al mondo dello sport, che nasce dalla condivisione dei medesimi valori e di una filosofia naturalmente inclusiva per diventare modo di vivere. Che parla di rispetto e di collaborazione, che inneggia al coraggio e alla sfida, in cui sono racchiusi disciplina e sacrifici mossi da una profonda motivazione e da un'etica mai fine a sé stessa.

Perché moda e sport fanno squadra e Tombolini affida il racconto del loro magico connubio a un video, "Tombolini Fair Play Match", che vede protagonista il campione olimpico Antonio Rossi e che è stato presentato in anteprima a Pitti Uomo mercoledì 15 giugno.

Un manifesto di autentico fair play a cui hanno assistito molti ospiti che gravitano intorno all'universo sportivo, a partire dallo stesso canoista Antonio Rossi per continuare con giovani campioni italiani come le gemelle del basket Matilde ed Eleonora Villa, l'ostacolista Lorenzo Perini e il saltatore con l'asta Alessandro Sinno. Insieme a loro Massimiliano Rosolino, Fabio Galante, Iacopo Volpi, Nicola Nicoletti, Gianluca Rocchi, Nicolò Cotto, l'inconfondibile Federico Buffa, maestro nel raccontare lo sport e i suoi protagonisti e l'attore Paolo Ruffini, che ha sempre preferito guardare lo sport più che praticarlo.

Un modo originale con il quale Tombolini sottolinea, una volta di più, quella relazione unica tra moda e sport che traduce, stagione dopo stagione, nel suo tailoring identitario che fa suoi i concetti chiave del mondo sportivo e li trasforma in stile al maschile.





PITTI IMMAGINE UOMO

100% PROFESSIONISTI Uomo & MANAGER

MODA & ACCESSORI

TOMBOLINI, A PITTI UOMO PRESENTA LA NUOVA COLLEZIONE P-E 2023. IL TEMA È IL RITORNO ALLA VITA



In occasione del prossimo Pitti Uomo a Firenze (14-17 giugno), **Tombolini presenterà la sua nuova collezione P-E 2023**, il cui tema principale è il ritorno in grande stile alla vita dopo la pandemia.

Un incontro tra il classico formale e l'universo leisure, con mano super light: un'idea quasi inaspettata da Tombolini che intende favorire il piacere di ritrovarsi, condividendo i normali gesti quotidiani.

Leggerezza prima di tutto

Confort e glamour nella nuova collezione di Tombolini in cui è la leggerezza e la qualità di fibre naturali, nel segno del rispetto e della salvaguardia di un mondo più ecosostenibile e green, che la fanno da padrone. Poi tessuti stretch, che garantiscono quel dinamismo che ogni uomo deve avere nell'affrontare la propria giornata.

I colori scelti sono prevalentemente quelli neutri: dal bianco, al beige panama, alle sfumature di grigi. E ancora azzurri, verdi cerulei e rosa tiepidi e polverosi che si uniscono perfettamente. Il bianco neutro incontra l'unicità del denim, accoppiata perfetta da abbinare ai toni caldi del cacao e del caffè.





PITTI IMMAGINE UOMO

ICON

Pitti Island, il nuovo
guardaroba che rivisita
il classico

A Pitti Uomo 102, l'eleganza maschile della prossima estate rinnova stile e prospettive

Un armadio essenziale, composto da icone che hanno fatto la storia della moda maschile. Alla edizione numero 102 di **Pitti Immagine Uomo** in scena a **Firenze dal 14 al 17 giugno** si scopre un nuovo storytelling dedicato alle eccellenze del menswear internazionale. La nuova stagione presentata a Firenze rilegge il concetto di leggerezza nell'**incontro tra classico formale e leisurewear**. Per una nuova eleganza disinvolta dedicata a un uomo che guarda con positività al futuro, riscoprendo il piacere del vestirsi.

Una formula dell'eleganza maschile che trasmette **buon gusto e cultura per un guardaroba impeccabile**. Dal british tailoring al saper fare italiano, con le aziende che hanno reso il Made in Italy famoso nel mondo. Dalla passione per l'artigianato di qualità a dettagli performanti e **outfit urbani del day by day**. L'elemento formale guida attraverso contaminazioni contemporanee: tradizione e sperimentazione, codici classici e scelta individuale, temi timeless e nuovi prodotti lifestyle.

La classicità dell'abbigliamento maschile rilegge un flusso estetico che si nutre di differenti fonti e riferimenti. Un attento sampling creativo, che **campiona i codici del classico e rilascia un'inedita versione di eleganza consapevole**. Fondamentale oggi è l'uso delle cromie compatte, opache e pastose, che estraggono l'idea materica più ancestrale dai tessuti, accompagnando le forme in un tutt'uno continuo. Tagli semplici, uso di nuovi materiali e dettagli innovativi danno vita a capi senza tempo dalla comodità insuperabile, destinati a diventare dei **new classic**.



Tombolini, abiti Zero Impact tessuto in lino.

THE IMPRESSION





PITTI IMMAGINE UOMO

ANSA.it

MODA UOMO, GLI INDISPENSABILI DEL GUARDARROBA 'NO STRESS'

A Pitti l'uomo, fit rilassati da 'casual friday', più (sperato) ritorno camicia

Potremmo chiamarlo un guardaroba 'no stress'.

Cosa include? Una morbida camicia di lino o cotone, un pantalone 'comodo' in fibra di canapa e giacche in tessuti hi-tech per affrontare ogni eventualità (meteo e non solo) - ovvero anti-pioggia ma traspiranti, ingualcibili ma soft-touch, stretch ma leggerissimi.

Il gentleman dei giorni nostri, naturalmente sportivo e moderatamente classico, sembra in cerca di una 'comfort zone', almeno per quanto concerne il guardaroba, che deve esser fatto di capi familiari, in cui sentirsi a proprio agio, rassicuranti: vuole la certezza di aprire un cassetto dell'armadio e trovare la camicia preferita, quella dalla vestibilità morbida in tessuti naturali, quella che non fa sudare, il pantalone comodo per viaggiare o la giacca per muoversi in scooter senza troppi problemi.

Le collezioni maschili per la primavera-estate 2023 in mostra dal 14 al 17 giugno a Firenze per Pitti Uomo 102 evidenziano un crescente interesse maschile per uno stile rilassato, un'evoluzione dell'effortless chic (elegante senza sforzo), che include dettagli tipici dei capi da vacanza. Con rimandi pure a quei look da 'casual friday', la moda dei colletti bianchi newyorkesi che il venerdì azzardavano uno stile rilassato (da segnalare, appunto, il ritorno sul mercato del brand Johnny Lambs, provocatoria traduzione inglese del nome Gianni Agnelli, nato nel 1978 e ispirato proprio a questo).

Ma veniamo ai must-have. Dopo stagioni di T-shirt, diverse le aziende che puntano sul lino per un (auspicato) ritorno in auge della camicia. Fibra naturale per eccellenza, il lino spopola nei toni marini e terrosi, ma è proposto anche su fantasie madras e stampe (Alessandro Gherardi). Nuove lunghezze, fit rilassati e colli rielaborati sono i codici di un capo timido che, con l'intenzione di tornare il protagonista del guardaroba, propone la camicia morbida con collo bowler, il collo Miami, che dona aria di vacanza. Anche il comfort sui modelli sportswear quasi sempre in lino: il modello cult è in fibra di canapa a due pinces.

Ma non mancano i tessuti tecnici high-performance e soft touch. Incotex, dagli anni '50 specializzato in pantaloni, lancia la Blue Division con Giada (azienda del denim di lusso), così nascono modelli 5 tasche 'easy-to-wear' (30 tessuti e 45 lavaggi).

Capitolo giacche, dove i materiali devono assicurare di essere anti-vento, anti pioggia, traspiranti, e facilmente impacchettabili in valigia senza sgualcirsi. Per capire quanto il trend sia in crescita basta citare il marchio Gore-Tex, che organizza dentro la Fortezza da Basso un'esposizione con i propri prodotti iconici, insieme alle novità, come la membrana ePe (polietilene espanso), che combinata con il poliuretano crea uno scudo impermeabile, antivento ma

traspirante. Ed è già in uso da brand Adidas, Patagonia, Reusch, Salomon, solo per citarne alcuni. Da Tombolini invece i tessuti della linea active Tmb derivano da reti da pesca, gomma e plastica (gli scarti di quest'ultima vengono trasformati in micro poliesteri hi-tech). Non mancano le fibre naturali come le lane e i cotone

trench.
nonopetto





PITTI IMMAGINE UOMO

NOTIZIE IN UN **click** ←

Mercoledì 15 giugno è stato presentato in anteprima il video “TOMBOLINI FAIR PLAY MATCH” alla presenza di ospiti, testimonial del mondo sportivo e stampa italiana ed estera

Firenze – Record di visitatori, buyers italiani e internazionali per Tombolini a Fortezza da Basso a Firenze che ha presentato il legame forte e autentico che lo unisce al mondo dello sport, che nasce dalla condivisione dei medesimi valori e di una filosofia naturalmente inclusiva per diventare modo di vivere. Che parla di rispetto e di collaborazione, che inneggia al coraggio e alla sfida, in cui sono racchiusi disciplina e sacrifici mossi da una profonda motivazione e da un’etica mai fine a sè stessa.

Perché moda e sport fanno squadra e Tombolini affida il racconto del loro magico connubio a un video, “Tombolini Fair Play Match”, che vede protagonista il campione olimpico Antonio Rossi e che è stato presentato in anteprima a Pitti Uomo mercoledì 15 giugno.

Un manifesto di autentico fair play a cui hanno assistito molti ospiti che gravitano intorno all’universo sportivo, a partire dallo stesso canoista Antonio Rossi per continuare con giovani campioni italiani come le gemelle del basket Matilde ed Eleonora Villa, l’ostacolista Lorenzo Perini e il saltatore con l’asta Alessandro Sinno. Insieme a loro Massimiliano Rosolino, Fabio Galante, Iacopo Volpi, Nicola Nicoletti, Gianluca Rocchi, Nicolò Cotto, l’inconfondibile Federico Buffa, maestro nel raccontare lo sport e i suoi protagonisti e l’attore Paolo Ruffini, che ha sempre preferito guardare lo sport più che praticarlo.

Un modo originale con il quale Tombolini sottolinea, una volta di più, quella relazione unica tra moda e sport che traduce, stagione dopo stagione, nel suo tailoring identitario che fa suoi i concetti chiave del mondo sportivo e li trasforma in stile al maschile.





PITTI IMMAGINE UOMO

Toscana Eventi & News

PITTI UOMO 102 / 4. Presenti oltre 600 brand dici circa il 38% provenienti dall'estero. Poi guest star, curiosità, appuntamenti in giro per la città

FANTASTIC CLASSIC

L'eleganza maschile rinnova stile e prospettive

Storytelling delle eccellenze del menswear internazionale. Una formula dell'eleganza maschile che trasmette buon gusto e cultura per un guardaroba impeccabile. Dal british tailoring al saper fare italiano, con le aziende che hanno reso il Made in Italy famoso nel mondo. Dalla passione per l'artigianato di qualità a dettagli performanti e outfit urbani del day by day. L'elemento formale guida attraverso contaminazioni contemporanee: tradizione e sperimentazione, codici classici e scelta individuale, temi timeless e nuovi prodotti lifestyle. Tra i brand di Fantastic Classic ci sono:

Alessandro Gherardi, At.P.Co, Baldessarini, Barbarulo Napoli 1894, Berwich, Boemos, Briglia 1949, Brookfield, Brunello Cucinelli, Caruso, Cheaney Shoes, Cruna, Devore Incipit, Doucal's, F. Hammann, Fedeli, Filippo De Laurentiis, Gallotti, Gandhara, Gms75, Gran Sasso, Grenfell, Hand Picked, Heinz Bauer Manufaktur, Incotex Blue Division, Johnny Lambs, Kired, L'impermeabile, Lion Of Porches, Loake, Loungers, Luigi Borrelli Napoli, Manuel Ritz, Marco Pescarolo Napoli, Mazzarelli, Meyer, Momodesign, Nobis, North Sails X Maserati, Off Grid – Everything Is Connected, Paoloni, Pashmere, Paul & Shark, People Of Shibuya, Phil Petter, Piacenza Cashmere 1733, Re – Hash, Roy Roger's, Sand Menswear, Schneiders, Sera Fine Silk, Sonrisa Camiceria Uomo, Spektre, Stetson, Stile Latino, Tateossian London, Tatra, Tbd Eyewear, **Tombolini, Xacus.**





PITTI IMMAGINE UOMO

VNY *La Voce di New York*

Al via Pitti Uomo 102, l'isola felice della moda

“C'è una bellissima energia a questo Pitti Uomo 102, c'è molto entusiasmo. E a Firenze sono arrivati i più bei compratori al mondo che riconoscono l'internazionalità del salone. E se non ci sono russi e cinesi, giapponesi e coreani, per guerra e pandemia ma anche interruzione della rotta polare, ecco che sono arrivati tanti americani, europei del sud e del nord, e i buyers italiani desiderosi della riscossa della moda”.



Tomoloni - Field Jacket Zero Gravity

Lo racconta Agostino Poletto, direttore generale di Pitti Immagine, che due volte l'anno (a gennaio e a giugno) organizza la prestigiosa fiera per l'abbigliamento maschile e i suoi accessori alla Fortezza da Basso, a Firenze, col meglio della produzione e della manifattura.

Eccellenze che puntano a progetti nuovi, molti sostenibili, dopo lo stop delle fiere anche di moda per i due anni della pandemia, e che ora ritornano in pista con le fiere dal vivo: la prima a gennaio scorso, e questa dal 14 al 17 giugno per le collezioni dell'estate 2023.

Un salone pieno di proposte e di idee da parte di gruppi stellari e di piccole imprese, alcune anche artigiane, dunque uno spettro ampio per soddisfare i bisogni delle boutique che devono risvegliare i desideri e le voglie di stile dei maschi del mondo. In scena più di 680 marchi, tanti eventi sparsi in città, collezioni su collezioni alla ribalta, e in Fortezza stand gremiti nei quali si parlano tante lingue, l'inglese su tutte.





PITTI IMMAGINE UOMO

PICCHIO.news

IL GIORNALE TRA LA GENTE PER LA GENTE

Grande successo per Tombolini a Pitti Uomo: connubio perfetto tra sport ed eleganza



Record di visitatori, buyers italiani e internazionali per Tombolini a **Fortezza da Basso a Firenze** che ha presentato il legame forte e autentico che lo unisce al mondo dello sport, che nasce dalla condivisione dei medesimi valori e di una filosofia naturalmente inclusiva per diventare modo di vivere.

Perché moda e sport fanno squadra e **Tombolini** affida il racconto del loro magico connubio a un video, "**Tombolini Fair Play Match**", che vede protagonista il campione olimpico **Antonio Rossi** e che è stato presentato in anteprima a **Pitti Uomo mercoledì 15 giugno**.

Un manifesto di autentico fair play a cui hanno assistito molti ospiti che gravitano intorno all'universo sportivo, a partire dallo stesso canoista **Antonio Rossi** per continuare con giovani campioni italiani come le gemelle del basket **Matilde ed Eleonora Villa**, l'ostacolista **Lorenzo Perini** e il saltatore con l'asta **Alessandro Sinno**. Insieme a loro **Massimiliano Rosolino**, **Fabio Galante**, **Iacopo Volpi**, **Nicola Nicoletti**, **Gianluca Rocchi**, **Nicolò Cotto**, l'inconfondibile **Federico Buffa**, maestro nel raccontare lo sport e i suoi protagonisti e l'attore **Paolo Ruffini**, che ha sempre preferito guardare lo sport più che praticarlo.

Un modo originale con il quale Tombolini sottolinea, una volta di più, quella relazione unica tra moda e sport che traduce, stagione dopo stagione, nel suo tailoring identitario che fa suoi i concetti chiave del mondo sportivo e li trasforma in stile al maschile.



FASHIONSNAP.COM



FASHIONSNAP.COM





PITTI IMMAGINE UOMO





PITTI IMMAGINE UOMO





PITTI IMMAGINE UOMO





PITTI IMMAGINE UOMO



 andreazenga93 
Firenze



 andreazenga93 
Firenze



[@andreazenga93](https://www.instagram.com/andreazenga93)





PITTI IMMAGINE UOMO



P U PITTI IMMAGINE UOMO



P U PITTI IMMAGINE UOMO





PITTI IMMAGINE UOMO



[@mati.villa57](#)



PITTI IMMAGINE UOMO





PITTI IMMAGINE UOMO





TOMBOLINI

WOMAN

PRESS REVIEW

GENNAIO - DICEMBRE 2022

GUTAR
COMMUNICATION AGENCY

L'OFFICIEL INDIA

DE LA COUTURE

05 Dicembre 2022

Carmen Almanza Sets The Tone A Bit Warmer



Shirt: Sandro

Jacket: Tombolini

Accessories: Huizhou

Pants: Eachway

TU STYLE

01 Novembre 2022



DIVA eDONNA

20 Dicembre 2022

D&D MODA



PELLE SCOPERTA
Il corpetto in pizzo Yamamay si intravede appena dalla giacca biker TOMBOLINI che si abbina alla gonna midi con drappeggio KIABI. A fare la differenza regalando un tocco di mistero è il bacio in pelle (Marzi).

PANORAMA

10 Ottobre 2022

Presentazioni, anteprime ed eventi. La moda che ha animato Milano



Tombolini

Tombolini torna alla Settimana della moda di Milano per rileggere il suo heritage con mano contemporanea. Nella collezione dedicata alla primavera estate 2023 il brand marchigiano trasferisce i codici estetici del suo patrimonio stilistico in una femminilità a tutto tondo, dando vita a nuove silhouette pronte a rispondere alle esigenze più trasversali.

Qui la tradizione legata al dna sartoriale frutto della qualità, segno distintivo dell'azienda, incontra l'innovazione. Punto di partenza, una collezione fortemente identitaria, a partire dall'eleganza impeccabile dei tagli e delle forme di giacche e capispalla.

Il touch materico si legge nei contrasti, percorsi da un'energia primitiva, che investe anche la linearità dei capi attraverso dettagli inaspettati.

Tra le novità, i giochi bicromatici black & white sul fronte-retro delle giacche e l'introduzione della sahariana da donna munita di cintura, riletta per lei dal guardaroba maschile.

DIVA eDONNA

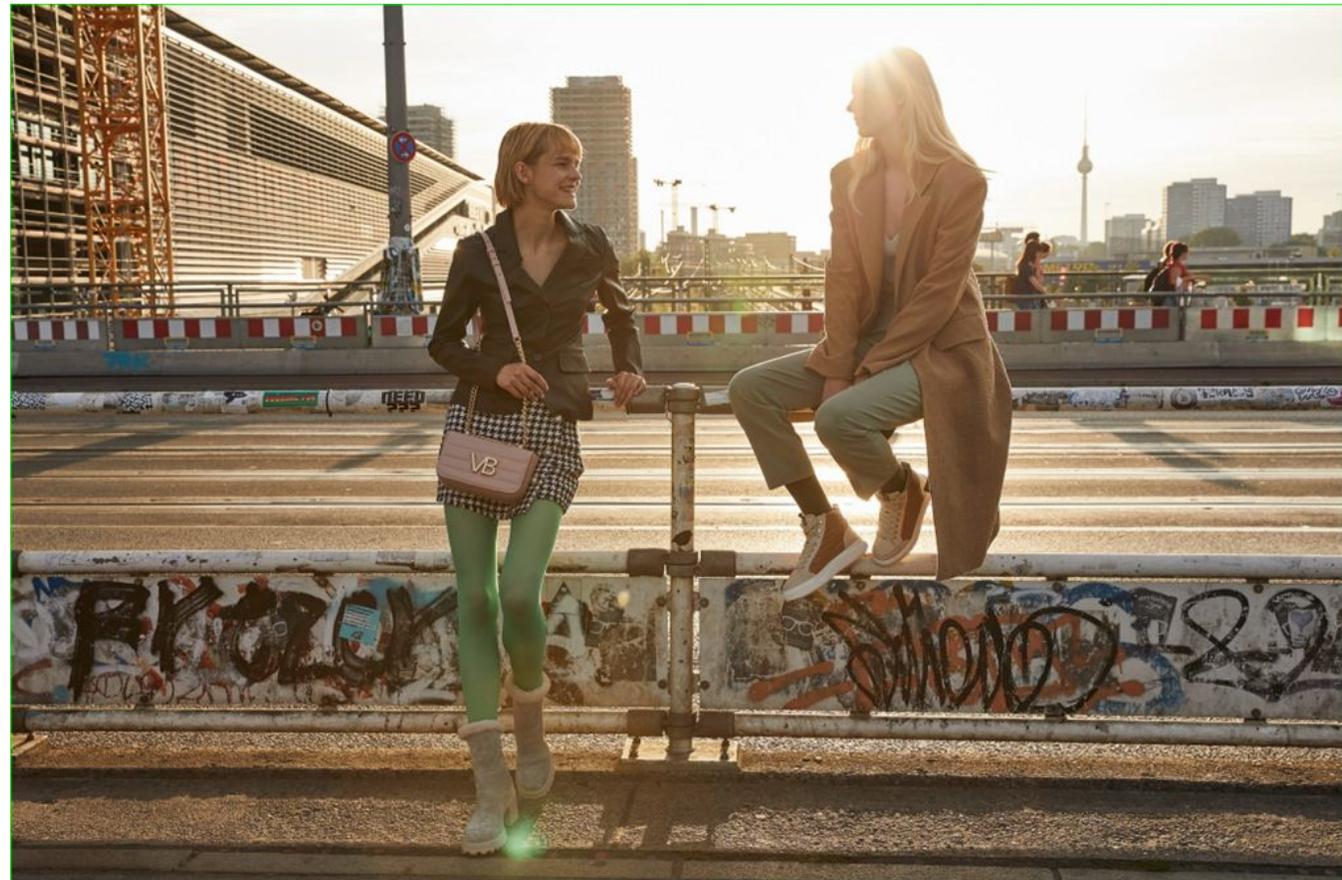
04 Ottobre 2022



STILE
TRASGRESSIVO
È un trionfo di
catene il look
composto da
collane e bracciale
indossato come
piercing insieme
agli orecchini a
goccia, tutto in
bronzo argentato
(Boccadamo).
Il resto dello stile è
essenziale: lei veste
solo le calze
autoreggenti
(Alber's) sotto il
cappotto lungo con
spacchi laterali e
maniche apribili
(Tombolini).

the collector

28 Settembre 2022



LaVerità

27 Settembre 2022

► DI MODA IN MODA

La giacca è irresistibile anche in piena estate

La fashion week nel capoluogo lombardo, dedicata ai capi della prossima stagione calda, celebra l'eleganza e la sartorialità Armani: «La mia collezione porta la vacanza in città». Luisa Spagnoli punta su frange e scialli. Prada sulla semplicità

di PAOLA BULBARELLI



«Sì, la giacca è fondamentale nel guardaroba di una donna. D'estate non pensi di portarla in vacanza e, invece, se hai una giacca hai già look: sugli abiti lunghi la metti sulle spalle, sui pantaloni arrotoli le maniche, larga è perfetta sulle mini. È il capo dell'estate. Al posto del solito giacchino militare o in denim, ripensiamo alla giacca sartoriale di lino da mettere in valigia, usata, un po' accartocciata, è il top». Parola di tutti gli stilisti. Che hanno portato in passerella giacche di ogni foggia. Nicoletta Spagnoli, a capo del brand fondato dalla nonna Luisa, le giacche le colora di tinte forti: verde, arancio, rosa fucsia. Girano su diversi completi, partiti da quella maglieria che, da sempre, è la colonna portante dell'azienda umbra. Poi si aggiungono i pezzi sartoriali. Vari i temi. «Non c'è sempre bisogno di un riferimento. Un pantalone alla cavaglia, la camicia di lino, pezzi belli fatti bene: è quello di cui c'è bisogno». I colori sono perfetti «per una estate colorata, felice». Tante frange perché svolazzano e mettono allegria. Scialli, di cui non si può più fare a meno, che svolgono come abito. «Lo scialle dà un'istitutività». E le frange tutte applicate a mano come certi ricami su zaffa, a

conferma di un'artigianalità che Luisa Spagnoli, eccellenza italiana, non ha mai perso. Lunga o corta, larga o stretta, sempre di giacca si tratta. Alessandro Dell'Acqua per Naze ha reso modificabile a un'anima di all che consente stropic casuali ma anche al menti o accortissime a re. Completati con giacche schili sono portate con ampie o più strette: queste «www» hanno piume applicate. Le camicie in seta e nylon trasparenti inseriti di pizzo. Mini t in maglia doppiata con tette rosse.

I cappotti eleganti si no con le giacche di p sartoria si esalta da Pr un gioco di delicatezza dezza. Dove i colori, da imperfetto al nero, dai pastelli passando da i cubili trasparenze, so fondamentali. I vestiti so pletamento, «ruotano al concetto di semplicità, che ci attrae dal punto di vista politico, tecnico ed estetico», racconta Miuccia Prada. Sono il segno di una sobrietà che guarda al rigore ma evoca un'intimità delicata.

Una sahariana con la cintura annodata sulla schiena è la giacca, tra le varie, di Emporio Armani. A cui lo stilista aggiunge una gonna in tulle che copre un paio di pantaloni. E poi una giacca-cassa, un completo pijama sotto una giacca corta, un completo da

marinaio, un jumpsuit fermato in vita da una cintura alta, un completo indiano con tunica e pantaloni. «È come portare la vacanza in città», spiega Giorgio Armani. «Questa col-

è invece tinto a mano, l'effetto è quello dell'intonaco consumato dalla salsedine. «È importante, per me, far sentire le persone esplosive della propria shape, del proprio colore

Trench sofisticati e completi giacca-bermuda da Tombolini, che ha nel suo Dna la tradizione legata alla sartoria, segno distintivo dell'azienda.



STILE In senso orario, Emporio Armani; il look Prada, caratterizzato dalla semplicità (Monic); Naze; Luisa Spagnoli, che usa colori brillanti e spensierati



GRAZIA

27 Settembre 2022

Milano Fashion Week: il recap della settimana della moda Primavera-Estate 2023

Trench sofisticati, jumpsuit iperlight e completi giacca-bermuda compongono la collezione Tombolini dedicata alla spring-summer 2023. Il DNA sartoriale, da sempre segno distintivo del brand marchigiano Made in Italy, incontra l'innovazione grazie a materiali high tech che vanno a integrare la proposta di texture più naturali come lino, seta e lane vergini.



ELLE

26 Settembre 2022

Cosa abbiamo visto di bello e cosa è successo alla Milano Fashion Week?

— *Piccolo/grande recap sul meglio delle collezioni moda Primavera Estate 2023 presentate a Milano*

Il meglio della Milano Fashion Week Primavera Estate 2023

Tombolini ha presentato la sua collezione donna tra trench sofisticati, jumpsuit iperlight e completi giacca bermuda. L'innovazione rivive nell'unione di tessuti naturali e hi-tech, rileggendo il suo heritage con mano contemporanea.



22 Settembre 2022

La settimana delle sfilate

LA MODA SENZA REGOLE

Da Fendi abiti funzionali senza perdere la femminilità, per «donne forti con vite in Diesel sfilata per 4500 persone. I primi 40 anni di Midali tra show e slogan anti-vio-

DANIELA MASTROMATTEI

■ Voglia di libertà, nonostante le sale affollate e le persone sedute l'una accanto all'altra senza alcun bavaglio sulla bocca. La fashion week a Milano dedica alle collezioni donna per la prossima estate è cominciata all'insegna della tranquillità, nessuno si sente più minacciato dal Coronavirus. C'è chi racconta di aver fatto tre dosi e aspetta istruzioni per fare la quarta e chi preferisce dimenticare i brutti mesi trascorsi che ci hanno costretti a seguire le sfilate virtuali.

Ed eccoci di nuovo di nuovo in presenza con un irrefrenabile desiderio di libertà. Gli stessi abiti in passerella sembrano lanciare un messaggio: vestite senza regole, come più vi piace. E lasciatevi ispirare dal vostro stato d'animo. In effetti la collezione di Fendi - che ha appena celebrato i 25 anni della Baguette a New York - è nata esplorando «la nozione di utilità funzionale insieme alla femminilità, perché le donne Fendi sono forti con vite colme e impegnate», spiega il direttore creativo Kim Jones. Capì adatti all'occasione, non pensate di andare in ufficio con gli shorts e le infradito. Sappiate scegliere... in libertà. Ecco gli abiti leggeri in cogan-

za, i mini dress di pelliccia, la maglieria a costine abbinata alle maxi gonne, i pantaloni cargo di raso arricchiti da fibbie con la doppia F dorata. Il vestito di raso aderente è lungo e minimal indossato con le ciabatte in gomma con la zeppa o con le sneakers rialzate, mentre gli abiti di nylon sono impazziti di ricami laccati. Da Fendi non si perde la continuità. «Mi interessa guardare alle cose che ha fatto Karl e vedere come possiamo svilupparle, sia visivamente che tecnicamente», conferma il direttore creativo del womenswear. C'è un lavoro di ricerca e di esplorazione nella collezione, dove la stampa floreale presa dagli archivi viene riletta in chiave pop, mentre si gioca con i contrasti. Da Fendi c'è praticità, ma anche lusso, quel lusso che fa tornare in mente Lagerfeld anni 2000. Le creazioni di Karl si ritrovano nelle giacche e nei cappotti con la cintura obi, nel mezzo grembiule sovrapposto al pantalone in raso, nei cargo fluidi e soprattutto nel top in pelle. Il dualismo nelle borse: pelli lucide e tele neutre, tonalità audaci e toni naturali.

Il logo non scempare, ma è più discreto. «In Fendi, tutto nasce dalla conversazione intorno alla doppia F che ci fa vedere le cose in coppia», riferisce Silvia Vesturini Fendi.

Diesel invece mette al centro della passerella

la scollatura grembiule più grande del mondo e sugli spazi dell'Alina e z Cloud Arena di Milano assistono quasi 5.000 persone. Al centro della collezione la sperimentazione sul denim portata avanti da Glenn Martens. Trattamenti radicali sul denim: un abito decorato di tela su una base trasparente ricamato grossolanamente con uno strano di tulle e poi stracciato. Scansioni di denim cretissimo per creare stampe trompe l'œil, mentre molti capi sono rifiniti con denim grezzo. Se alcuni pezzi artigianali in denim sono tagliati e consumati come se il denim venisse trascinano in pelliccia, un cappotto in particolare è composto interamente da oltre 15.000 etichette Diesel invecchiate e spezzolate.

Intanto Martino Midali è tornato a sfilare a Milano per festeggiare i suoi primi 40 anni e per lanciare un messaggio contro la violenza sulle donne: «L'amore non fa male» è scritto sulla T-shirt in edizione limitata creata in collaborazione con la textile designer Debora Delli, scelta per chiudere lo show a palazzo Turati. In passerella, la capsule collection creata per l'anniversario: 12 look in solo

jersey, caposoldo di 1 a righe, e uno solo Tombolini invece trasferisce i codici estetici del suo patrimonio stilistico in una silhouette pronte a rispondere alle esigenze più trasversali. Rimane immutato il fascino sofisticato del trench e dei pantaloni impeccabili, cari allo stile Tombolini. Tra le novità, i giochi bicromatici black & white sul fronte-retro delle giacche e l'introduzione della sahariana da donna munita di cintura, riletta per lei dal guardaroba maschile. Da Colombo l'iconica

casualness flexico, è tinta ad acqua spruzzata a mano, la nuova e speciale tintura rende ogni capo unico.

Infine, Anteprima festeggia 30 anni con uno show per ringraziare Milano, la città che ha adottato il brand fondato da Truzzi Ogina. La stilista ha deciso di dare a sfilare dal vivo in un largo simbolo con Sempione. Oggi uno show aperto a

l'introduzione della sahariana da donna munita di cintura, riletta per lei dal guardaroba maschile. Da Colombo l'iconica

Tombolini invece trasferisce i codici estetici del suo patrimonio stilistico in una femminilità a tutto tondo, dando vita a nuove silhouette pronte a rispondere alle esigenze più trasversali. Rimane immutato il fascino sofisticato del trench e dei pantaloni impeccabili, cari allo stile Tombolini. Tra le novità, i giochi bicromatici black & white sul fronte-retro delle giacche e l'introduzione della sahariana da donna munita di cintura, riletta per lei dal guardaroba maschile. Da **Colombo** l'iconica



A sinistra il total look in cashmere di Colombo nel colori del mare. Sopra primo piano sulla passerella di Fendi

CORRIERE DELLA SERA

22 Settembre 2022

Il colore rosa. E tornano i tacchi

Gli allestimenti delle presentazioni della primavera estate 2023 sono tutti una esplosione di fiori: freschi, colorati nei toni del fucsia, del viola. Inseguiamo a una nuova primavera, in linea con abiti e accessori. Da Hermo, rosa fluo, verde acido, cammello e stampa giungla, colorano giilettoni e bomber cotti in nylon lucido effetto lacca, con macchiato-collare in grosgrain, profili in maglia elastica e micro-rip. La giacca camicia elegante è in gabardina di cotone grezzo impermeabile, con interno staccabile in nylon ultralight e dettagli in colore a contrasto, pulito ed essenziale. L'amministratore delegato Claudio Marenzi (anche presidente di Pitti Immagine) racconta che l'azienda di Lasa, sul lago Maggiore, vive un momento felice. «L'anno 2022 si chiuderà con una crescita del 25% rispetto al 2021», spiega. «Abbiamo creato una collezione anti monoto-

na che arricchisce i negozi: alterni i nostri trench e capospalla in materiali pregiati come il cachemire, a una parte moda a prezzi più abbordabili per t-shirt lavorati con cotone e viscosa».

Anche il materiale ufficio. Il classico giaccone di lana e seta ha le spalle rinforzate e la pattina della tasca plissettata, leggerissima, da portare in valigia, ma c'è anche il tailleur con la versione sahariana e quella in tessuto tecnico sul pantalone ginnico lavabile in lavatrice.

giacca. Tombolini da Macerata assicura che il capo immancabile del 2023 sarà proprio il blazer. Quello da ufficio in lana e seta ha le spalle rinforzate e la pattina della tasca plissettata, leggerissima, da portare in valigia, ma c'è anche il tailleur con la versione sahariana e quella in tessuto tecnico sul pantalone ginnico lavabile in lavatrice.

Mantenere fede al Dna dell'azienda, rinnovandosi per sorprendere, è il diktat della nuova moda che ha bisogno di storia quanto di novità.

Parole d'ordine: leggerezza e fluidità. Marenzi (Hermo) «I problemi in Italia ci manchiuderemo l'anno

Cristallo

Da Caovilla sandaletti con cristalli ispirati ai lampadari veneziani di Palazzo Ducale

Anni 50

Larificio punta a un po' Anni



L'Espa.net

22 Settembre 2022

FANTASIA AL POTERE?



se non si può avere certezze su come
stilisti, nella prossima primavera

A completare la collezione le sneakers in pelle specchiata, i *sabot*
mule in lucertola, o quelli stampa maculato. AGL dimostra ancora una

le tute in preziose sete plissé soleil (in alto). Tra i protagonisti il
blazer. E' in tessuti non stropicciabili e iperleggeri da Tombolini,
anche bianco davanti e nero dietro (in basso). Da accostare a pantaloni
con pince o a quelli da *running* arricchiti, magari, da dettagli
preziosi. Simonetta Ravizza parte dalla storia della maison per una

di
uno stile *college-glamour*. Guarda alla
a Capannolo con le stampe *flower power*,
i abiti scultura in tessuto crinolina o
soleil (in alto). Tra i protagonisti il
cciabili e iperleggeri da Tombolini,
ro (in basso). Da accostare a pantaloni
arricchiti, magari, da dettagli
te dalla storia della maison per una
turo, come raccontano gli occhiali
to ingigantito che diventa stampa per
zio. Effetto optical con rosso acceso,
ento con il bianco. Bianco e nero, ma
ero, bluette e nero da Anteprima che ha
con una sfilata al Parco Sempione,

ambientale e i sedili di design sono stati realizzati in carta, per
essere portati via dagli ospiti a show finito e non produrre scarti.
Non solo, oltre ad aver utilizzato filati con poliestere ecologico e
quindi riciclabili, Anteprima ha avviato un progetto con il comune e le
scuole milanesi a cui ha donato dei tessuti. All'aperto anche la
sfilata di Genny, che ha scelto come passerella i Bagni Misteriosi,
scenografica piscina accanto al Teatro Franco Parenti. Una luce
perfetta per esaltare i colori e i tessuti degli abiti, con giochi di
drappaggi, scintillii di paillettes, spacchi sensuali, impunture
reggiseni. Tutto pronto per il red carpet. Da red carpet anche i
sandali di Santoni. Da quelli con un gioiello tridimensionale che
sostituisce l'iconica doppia fibbia a quelli con doppio cinturino
studiati per le *celebrities* ma ora disponibili per le "comuni mortali".

FNMI

29 Settembre 2022

Milano Fashion Week SS 23: facciamo il punto sugli appuntamenti della moda meneghina

RIGORE ALLA MILANO FASHION WEEK

C'è anche del rigore: nelle forme, nei colori e nelle texture, in questa edizione della Milano Fashion Week.

Rigore nelle silhouette definito da texture monocromatiche nella collezione di **Tombolini** per la Milano Fashion Week. Long Dress, jumpsuit e completi due pezzi giacca e bermuda o top e gonna, dalle forme scivolose e dalle lunghezze nette.

Quira si focalizza sul corpo ed esplora nozioni di liquido e languido. Cappotti senza collo, cappotti grafici e puliti, blazer con abbottonatura alta, cappotti a righe testurizzati, blazer doppiopetto senza spalle, bluse liquide e chemisier, tuniche drappeggiate, abiti a coste, abiti senza spalle, pantaloni larghi dal taglio netto e pantaloni cropped.



29 Settembre 2022

Milano Fashion Week Primavera/Estate 2023: le sfilate e le presentazioni



Un look della collezione Primavera/Estate 2023 di Tombolini. Photo courtesy press office

Tombolini

Giacche e capispalla sono i perni attorno a cui ruota la moda donna di **Tombolini** per la Primavera/Estate 2023. Tra costruzioni strutturate e texture monocromatiche, la proposta del brand marchigiano affianca **silhouette rigorose e forme scivolate**, dai long dress alle jumpsuit fino ai trench, ai pantaloni e ai completi due pezzi.

Tra le new entry, i **giochi bicromatici** bianco-nero e la sahariana, mentre i modelli active in poliammide stretch si arricchiscono di dettagli ricamati e strass aggiungendosi a materiali di origine naturale come lino, seta e lana.

Specchio

LA STAMPA

18 Settembre 2022

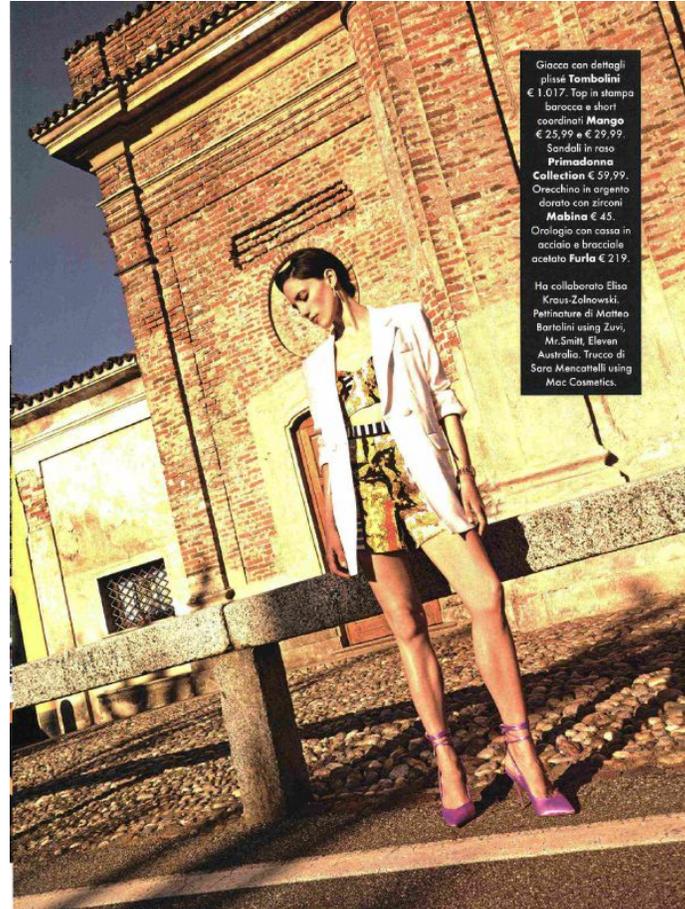


Black & white

Sarà una stagione di contrasti. Per la SS 23 Tombolini lancia giochi bicromatici black & white sul fronte-retro delle giacche. Il brand punta su silhouette strutturate, tra trench sofisticati, jumpsuit iperlight e completi giacca-bermuda. E sulla sahariana munita di cintura, riletta per lei dal guardaroba maschile.

TU STYLE

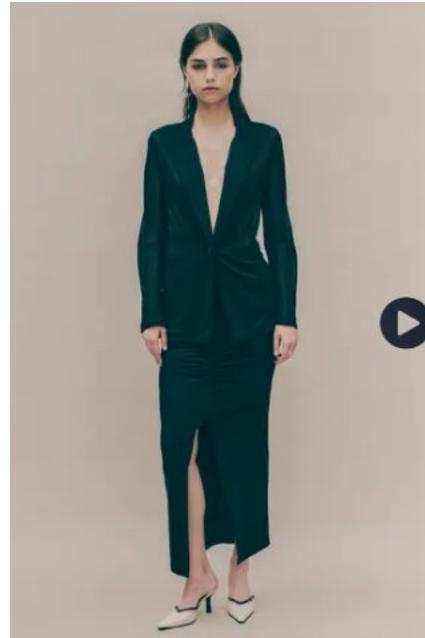
26 Luglio 2022



PANORAMA

22 Luglio 2022

**Per l'estate, la moda veste
la donna di colore e
fantasia**



total look Tombolini

YOUTHIES

13 Giugno 2022



top and pants ARTHUR ARBESSER
jacket TOMBOLINI
earcuff MAM

LATEST

08 Giugno 2022

“Courtyard Freedom” webcover del mese



VANITY FAIR

22 Giugno 2022

*Camilla: giacca,
Tombolini.*



24 Maggio 2022

Exclusive Fashion Editorial: “My Eco Friendly World” by Domenico Donadio



Yuliya wears coat Tombolini,



25 Maggio 2022



GRAZIA

11 Aprile 2022

Il trench? Sempre una garanzia per i look della primavera



Trench beige con cintura lavorata TOMBOLINI

Credits: tombolini.it

Schön!

03 Marzo 2022

artificial nature



jacket. Tombolini

Accessory Fashion Magazine

afmag

03 Marzo 2022



FASHION

Marzo 2022

CUTTING DEEP

*Il sartoriale dialoga con linee talvolta astratte. Dai
apparenti opposti e dalle forme in bilico tra masch
proposte che parlano dell'attualità del vestire, senz
avvolgenti o a speciali effetti tattili.*



CUORE SOSTENIBILE

SARTORIA LATORRE

L'azienda di Locorotondo ha reso la propria sede quasi del tutto autosufficiente a livello energetico: un passo avanti in un impegno di cui fa parte la scelta di destinare parte del ricavato ad associazioni che si occupano di riforestazione.



ANCHE AL FEMMINILE

TINTORIA MATTEI 954

Il numero 954 commemora l'anno in cui l'avventura dei fondatori è iniziata: di quell'epoca, simbolo di eleganza e ricercatezza, ritroviamo ancora oggi dettagli come l'etichetta in telerita di cotone.



ELOGIO DELL

IL BISON

L'elogio della tradizione si unisce in un capo dai nomi scelti a spalla regolabile (bouketti) dalle (crossbody) c



HERITAGE E FUTURO

TOMBOLINI

Il brand marchigiano rilegge i codici della moda uomo per presentare una collezione donna d'impronta forte e decisa. I capi rappresentativi rimangono i capispalla: dai blazer mono e doppiopetto ai cappotti, come quello rosso con spacchi laterali e maniche apribili.

BIOCHI IN 30

CALICATA

La tendenza è di aggiungere piccoli dettagli del brand. La collezione è composta in



DIVA ITALIANA

GIANLUCA CAPANNOLA

Il designer esplora le scelte quotidiane della sua donna ideale, espressione di una femminilità iconica che ricorda quella delle dive italiane degli anni Sessanta.



ANNI NOVANTA

LARDINI

Prosegue l'interpretazione degli anni '90, che continua il guardaroba formale con pezzi di tendenza contraddistinti da spalle imbottite e da una costruzione classica, espressi dal taglio raglino su giacche e cappotti.

ELLE

12 Febbraio 2022



Fatto in Italia
5 domande a...
Viola Slaviero

"Made in Italy per noi non significa semplicemente fatto qui, ma sognato, pensato e realizzato lasciandosi ispirare dall'arte che ci circonda tutti i giorni", spiega Viola Slaviero (a sinistra), ideatrice e CEO del brand vestito di luxury logo Misseria.

Quali sono i vostri punti di forza?
«L'artigianalità italiana come miriade di cura dei dettagli, la creatività e l'ispirazione, che per noi significa prima di tutto rispetto verso le persone ed il loro lavoro».

Come intendete valorizzare la tradizione, l'innovazione e la sostenibilità?
«La tradizione ci rende unici, ma siamo aperti alle novità soprattutto nell'utilizzo delle pellicce, unite a particolari lavorazioni fatte a mano, rendono il prodotto davvero speciale. Per la sostenibilità utilizziamo una filiera corta, collaboriamo con aziende che scelgono energia rinnovabile, un minor consumo di acqua e, dove possibile, impieghiamo materiali riciclati come, per esempio, la carta del packaging».

Yuna è lo vostro flag: come nasce?
«È una linea versatile, moderna e senza tempo, fatta con pellicci di assoluta qualità e studiata nei minimi dettagli per offrire un accessorio di lusso accessibile (jeans, due modelli)».

Quali sono le vostre novità?
«Non siamo schiavi della stagionalità, ma offriamo una palette di 14 colori combinati con pattern e finiture originali. Zine può essere indossata di giorno come di sera, e con outfit completamente diversi».

Progetti futuri per lo sviluppo del brand?
«Ci piacerebbe utilizzare di più i social, ma in modo inclusivo e seguendo il nostro stile: niente perfezione a tutti i costi, ma donne vere che si vogliono valorizzare accettando anche i propri difetti. M.M.

RACCONTI ECCELLENTI. TAGLI MASCHILI IN CHIAVE FEMMINILE. È IL PASSAGGIO CREATIVO DI TOMBOLINI, PER TRASFERIRE NELLA COLLEZIONE DONNA IL SUO HERITAGE SARTORIALE. IL TRE PEZZI GIACCA, CAMICIA E PANTALONI È UN ESEMPIO DI RIGORE E LEGGEREZZA

pubblicità

L'OFFICIEL

14 Febbraio 2022

Fashion Editorial: "Lotus
Dystopia" von Chiara
Marinucci



M

MODA



MILANO

INNOVAZIONE IN FIERA TORNA LINEAPELLE

Lineapelle è la principale fiera mondiale di pelli, tessuti, componenti per l'industria di moda, design e automotive, coinvolge 60 mila aziende e genera un fatturato di oltre 150

miliardi di dollari. L'innovazione responsabile è protagonista a Fieramilano Rho dove l'evento si svolge dal 22 al 24 febbraio. A Lineapelle torna il progetto "A new point of materials", spazio costruito con C.I.a.s.s. Ecohub e Onista Pelizzari. Lineapelle - dice Fulvia Bacchi - vuole costruire un orizzonte innovativo e responsabile».

E.D.



LA RASSEGNA DAL 22 AL 28 FEBBRAIO A MILANO CHE TORNA CAPITALE INTERNAZIONALE DELLA MODA RIFLETTORI PUNTATI SUI GIOVANI TALENTI EMERGENTI

FASHION WEEK RITORNO A TUTTO STILE IN PASSERELLA

netta, col debutto eccellente di spalla del Cavallino Rampante di Jarmone. **Bella, bellissima la novità** del paese, indimenticabile sfilata di chic Costume National (fondato ha messo fine alla sua storia negli anni della la sera di martedì degli Arcimboldi sfilata col bra Capasa Milano. Nella nuova avventura ci sono i fratelli Ennio come Carlo Capasa presidente di Civitavecchia di produzione e interazione come sempre delegata al marito è "go ahead", andare avanti - riconoscersi con l'oggi e il futuro. Questa che sfilata sarà una collina, quasi di prova, e infatti il "the Start", prima della partenza. Userò solo tessuti certificati aderenti ai protocolli, produzioni di qualità ed etiche, attenzione totale al sostenibile». Capasa ha vestito star come David Bowie e Mick Jagger, ha imparato i segreti del mestiere lavorando nell'atelier di Johji Yamamoto da Tokyo, è l'alfiere



tra i ritratti in bianco di Ennio Capasa e Adamo; sotto Rodolfo silver e l'idea di un look in marmo di Sara Pochi. Al centro foto verticali, tra Cucco di Toscana, Tina e Tombolini. Qui entra infine, ma Muse

procedi con tutta la continuità sulla strada sfilata, con ampio spazio, marchio chic che ama col Made in Italy gino che sfilata a Milano dell'imbotto per sé, e dei colori decisi per Cuccio di Toscana, Cuccio del compendio questa Fashion Week con una collezione di lui a tutta naturalità, alestra con la prima showoom di Livia sa di couture moderato Balestra (quasi la nipote Sofia Bertoli Balestra, una vera rivoluzione felice. Grande attenzione da parte di Camera Moda e del presidente Carlo Capasa ai giovani talenti, come quello della Zzemin di Carrara Sara Vannucchi, neolaureata alla scuola Modarack di Pontedera che parteciperà al Fashion Graduate Italia col progetto

di Eva Desiderio

Parte alla grande la settimana della moda donna a Milano - dal 22 al 28 febbraio - con le collezioni dell'inverno 2022-2023 e 60 sfilate fisiche dopo i mesi di stop e di online forzato per la pandemia. Milano riprende come capitale internazionale dello stile con nuovi ritorni, prestigiosi come quelli di Giorgio Armani che è in passerella anche con Emporio Armani, Gucci e Bottega Veneta.

una maglieria capace di vestire ogni donna. Che per Tombolini possono vestire di qualità e sartorialità come gli uomini grazie alla preziosa manifattura marchigiana. Per Andrea Adamo nato a

18 Febbraio 2022

FASHION WEEK RITORNO A TUTTO STILE IN PASSERELLA

di Eva Desiderio
Parte alla grande la settimana della moda donna a Milano – dal 22 al 28 febbraio – con le collezioni dell'inverno 2022-2023 e 60 sfilate fisiche, dopo i mesi di stop e di online forzato per la pandemia. Milano risplende come capitale internazionale dello stile con nuovi ritorni, prestigiosi come quelli di Giorgio Armani che è in passerella anche con Emporio Armani, Gucci e Bottega Veneta, col debutto eccellente di Ferrari coi capispalla del Cavallino Rampante disegnati da Rocco Jannone.

Bella, bellissima la novità del ritorno di Ennio Capasa, indimenticabile stilista del brand minimal-chic Costume National (fondato nel 1986 che poi ha messo fine alla sua storia nel 2016), che alla vigilia dei defilé la sera di martedì alle 20 al Teatro degli Arcimboldi sfilerà col brand appena creato Capasa Milano. Nella nuova avventura dell'eleganza ci sono i fratelli Ennio come direttore creativo, Carlo Capasa presidente di Cnmi nel ruolo di stratega di produzione e internazionalizzazione e Rita come sempre delegata al marketing. "Il mio motto è 'go ahead', andare avanti – dice Ennio Capasa – riconnettersi con l'oggi e i suoi cambiamenti. Questa che sfilerà sarà una collezione Numero Zero, quasi di prova, e infatti l'ho chiamata 'Before the Start', prima della partenza. Userò solo tessuti certificati aderenti ai protocolli, produzioni di qualità ed etiche, attenzione totale al sostenibile". Capasa ha vestito star come David Bowie e Mick Jagger, ha imparato i segreti del mestiere lavorando nell'atelier di Johji Yamamoto da Tokyo, è l'alfiere dello street style abbinato al tailoring.

Pari dignità a chi come Alice Gentilucci, stylist più che stilista, lavorare sui capi 'friendly four' dai colori Pop, tra ironia e allegra ribellione. E poi Martino Midali, che punta sulla leggerezza soft per una maglieria capace di vestire ogni donna. Che per Tombolini possono vestire di qualità e sartorialità come gli uomini grazie alla preziosa manifattura marchigiana. Per Andrea Adamo nato a Crotone nel 1986 Gabonny è venuta l'ora di uscire con suo brand Anoredadamo, in passerella per la prima volta mercoledì con tutta la sua carica glamour. Momoni continua sulla strada di una femminilità dolce e chiara, con ampio uso di seta fantasia. Per Anteprema, marchio chic che unisce le emozioni del Giappone col Made in Italy grazie alla sua stilista Izumi Ogino che sfila a Milano dal 1998, è scoccata l'ora dell'imbottito per ogni occasione, da capo a piedi, e dei colori decisi come il giallo sole. Novità per Cuoio di Toscana, marchio del Consorzio Vero Cuoio del comprensorio di Santa Croce, che a questa Fashion Week si presenta con la firma Cdt con una collezione di borse Tote e scarpe per lei e lui a tutta naturalità.

Debutta nel pret-à-porter Balestra con la prima collezione di pap il 24 nello showroom di Livia Gregoretti: a disegnare la linea di couture moderna le figlie dell'immenso Renato Balestra (quasi 98 anni), Fabiana e Federica e la nipote Sofia Bertolli Balestra, una vera rivoluzione felice. Grande attenzione da parte di Camera Moda e del presidente Carlo Capasa ai giovani talenti: come quello della 22enne di Carrara Sara Vannucchi, neolaureata alla scuola Modartech di Pontedera che parteciperà al Fashion Graduate Italia col progetto 'Pay Attention' tra lana, tulle e pelle e perfino il famoso marmo bianco di Carrara con cui manderà in passerella scarpe e borse coi dettagli lapidei. Manualità e storia di stile nelle creazioni di Rodo, marchio fondato nel 1956 da Romualdo Dori e portato avanti dai figli Gianni e Maurizio: loro sveleranno la collezione inverno alla Casa del Manzoni il 23 dal titolo 'Save the Ice Fields'. Non manca la cultura con l'esposizione 'Pole Play' all'Osservatorio Fondazione Prada in Galleria con la mostra curata da Melissa Harris di foto, video e performance di 11 artisti che resterà aperta fino al 27 giugno.

22 Febbraio 2022

IL PERSONAGGIO

Alla scoperta del brand Tombolini con **Silvio Calvigioni Tombolini**

«Il cappotto rosso è il nostro must have»

«Il brand Tombolini nasce nel 1964 come sartoria specializzata in abbigliamento maschile. Per anni il focus è rimasto sull'uomo, per poi aprire le porte anche alla donna. Dopo anni di sperimentazione, grazie alla grande expertise della Maison, possiamo affermare che gli ultimi tre anni hanno segnato questo progetto, ancora oggi in costante evoluzione, con la volontà di ampliarsi e rafforzarsi». Così Silvio Calvigioni Tombolini, direttore commerciale, marketing e comunicazione di Tombolini, racconta a *Mi-Tomorrow* di un brand in continua evoluzione.

Come trasmettete la grande esperienza nella moda uomo al femminile?

«Rileggiamo i codici dell'uomo in una collezione dalla femminilità forte e decisa, che combina sartorialità, ricerca e innovazione, pensata per la donna moderna, contemporanea. Investiamo molto in tecnologia e in ricerca, per esprimere al meglio la tradizione manifatturiera italiana attraverso uno studio del prodotto focalizzato su uno stile unico».

E com'è, dunque, la donna Tombolini?

«L'autentico carattere femminile firmato Tombolini si riconosce nel DNA sartoriale dei capi del Womenswear, frutto dell'heritage più iconico traslato da un universo riconoscibile e identitario».

Quanto è importante partecipare alla Milano Fashion Week?

«È fondamentale esserci: è una vetrina internazionale. E la moda milanese è oggi una delle più importanti e riconosciute al mondo. È un'occasione per mostrarsi, per farsi conoscere e per comunicare al mondo il nostro marchio di fabbrica, sinonimo di ricerca delle più avanzate tecniche produttive, di capi realizzati con i migliori filati sul mercato e di un patrimonio di tecnica produttiva unico nel suo genere. Partecipare significa divulgare i nostri valori e l'antica tradizione del "saper fare"».

Come ci si vestirà il prossimo inverno?

«La collezione punta principalmente sulla sartorialità, caratteristica inconfondibile di Tombolini. I capi più rappresentativi rimangono i capispalla, che spaziano dai blazer mono e doppiopetto con vestibilità over ai cappotti, fino ai trench in leather. Lo studio sta alla base dei materiali, nei tessuti tecnici, misti lana, pelle, camoscio fino a tessuti 100% Cupro, resistenti, traspiranti e vegan. Leitmotiv della collezione è il plissé che finisce in giacche e trench, ma anche in gonne e pantaloni».

Must have?

«Il cappotto rosso con spacchi laterali e maniche apribili, perfetto da abbinare ai pantaloni dal taglio largo».

Chi disegna la collezione?

«Il designer Giuseppe Buccinà ha collaborato con lo staff interno dell'azienda per la realizzazione della collezione che è interprete del savoir-faire artigianale e del design essenziale firmato Tombolini, interamente progettato e realizzato in Italia».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



LA STAMPA

23 Febbraio 2022

Previsioni MFW: cappotti classici e colori del Metaverso

Da qui, probabilmente, le tinte accese dei video game e degli avatar, come il blu elettrico, il bianco, l'arancione. E il giallo distintivo di Kate Middleton. Fanno testo di questo caleidoscopio, i capi «gonfalone» di Hanita. Anche i piumini cambiano faccia con la formula del bicolore/bimaterico. Vedi, gli imbotti di Tombolini: viola sopra e in lana «testa di moro» dalla vita in giù.



VANITY FAIR

23 Febbraio 2022

Tombolini Collezioni Autunno Inverno 2022-23



GRAZIA

23 Febbraio 2022

Milano Fashion Week: il recap di Grazia.it con tutte le tendenze e le novità per l'autunno-inverno 2022- 2023

Artigianalità e tecnologia si fondono nella collezione FW22-23 di Tombolini che riscrive i codici dell'uomo in una collezione dalla femminilità decisa. La sperimentazione del brand è sottolineata dalla grande varietà di materiali utilizzati: dai tessuti tecnici ai misti lana-cashmere, dalla pelle al camoscio al Cupro, tessuto green traspirante e resistente. Star della collezione, i capispalla come i blazer monopetto e doppiopetto, i cappotti e i trench in pelle. Il cappotto rosso, con maniche apribili e spacchi laterali, si indossa con pantaloni a gamba larga. La giacca di pelle si alterna a quella in camoscio e abiti in tessuto e camicie sono in 100% Cupro.



marie claire

23 Febbraio 2022

#MilanoFashionWeek: tutte le news dalla settimana della moda 22-23



Tombolini

8.

Fluido, atemporale

In occasione di Milano Moda Donna, Tombolini presenta l'autunno-inverno 2022/23 rileggendo i codici dell'uomo in una collezione dalla femminilità forte e decisa. Il brand marchigiano Made in Italy lancia una collezione fluida, genderless, frutto dell'unione tra heritage sartoriale, ricerca e innovazione. I capi rappresentativi della collezione rimangono i capispalla, che spaziano dai blazer mono e doppiopetto ai cappotti, fino ai trench in leather. La sperimentazione si legge nella varietà dei materiali, nei tessuti tecnici o misti lana-cashmere, nella pelle e camoscio, nel Cupro.

VOGUE

23 Febbraio 2022

Milano Fashion Week, il diario autunno inverno
2022 2023



82/143

Tombolini



83/143

Tombolini

L'Espa.net

23 Febbraio 2022

IL BELLO DELLA RICERCA

La ricerca nei materiali, nelle forme, nei dettagli per avere capi più confortevoli e più *gestibili*. Il piacere di rinnovarsi, tenendo conto della tradizione. Sembrano frasi al vento, che dicono tutto e niente.

momento. Tombolini, per esempio, mette insieme la forte esperienza nei capispalla e nel sartoriale maschile con la sperimentazione di tessuti tecnici per una serie di capi con il *leit motiv* del plissé. Accanto al cappotto rosso o al trench cammello, dal taglio ineccepibile, propone completi in Cupro lavabili in lavatrice e che non richiedono stiratura.



23 Febbraio 2022

TOMBOLINI TRA HERITAGE E TECNOLOGIA A MILANO MODA DONNA

In occasione di Milano moda donna il brand marchigiano Tombolini presenta in showroom le novità per l'autunno-inverno 2022/23, rileggendo i codici dell'uomo in una collezione dalla femminilità forte e decisa.

I capi rappresentativi della collezione rimangono i capispalla, che spaziano dai blazer mono e doppiopetto ai cappotti, fino ai trench in leather. La sperimentazione si legge nella varietà dei materiali, nei tessuti tecnici o misti lana-cashmere, nella pelle e camoscio, nel Cupro. La maglieria, dai filati importanti e dai tagli contemporanei, sceglie lane purissime e prende forma nei total-look caldi e cocoon.

Must-have il cappotto rosso con spacchi laterali e maniche apribili, perfetto da abbinare ai pantaloni dal taglio largo. La giacca in pelle dall'anima rock-chic si alterna a quella in camoscio dai volumi avvolgenti. I modelli con inserto piumino uniscono stile e tecnologia ad alta performance, mentre le camicie e gli abiti in tessuto sono in 100% Cupro, resistente, traspirante e vegan.

Leitmotiv della collezione è il plissé, che rende uniche giacche e trench, ripetendosi anche su gonne e pantaloni.



PANORAMA

23 Febbraio 2022

Artigianalità couture sensuale oppure grintosa, fra i debutti e i primi trend di Milano Moda Donna

Tombolini mescola, invece, tessuti tecnici e naturali nei suoi total-look rappresentativi del dinamismo contemporaneo che richiede tecnologia performance anche nell'universo femminile o di una fluidità genderles:



CORRIERE DELLA SERA

25 Febbraio 2022

Volumi

- Linee scivolose sul corpo e capi over per l'inverno '22/'23. Morbidi i pantaloni, dalla morbidezza delle gonne. Pennellate di colori accesi dal rosso all'arancio

- Il cappotto migra nelle mantelle. Gran protagonista il blazer. Sempre più senza un'identità troppo definita, ma per forme sempre più genderless



Il colore di Anteprima



Un total look di maglia di AC9



Eva Herzigova per Blumarine



La performance di Sunnei

la Repubblica

26 Febbraio 2022

Metamorfosi



Il serpente, per Bulgari, è fonte inesauribile di ispirazione nei gioielli e accessori. Per il prossimo inverno torna la collezione Made in Eden, che cambia ancora una volta pelle per approdare a una dimensione più sensuale. Il gioco delle forme va dalle morbide della Serpentine Po alla squadrata Serpentine Vertical Tote. Caratterizzate dai dettagli preziosi.

Heritage



Tombolini punta sui capispalla, dal cappotto rosso con spacchi laterali, maniche apribili e bottoni squadrati, al blazer, fino ai trench in pelle per uno stile fluido che riunisce heritage sartoriale, ricerca e innovazione. Il brand è attento ai materiali, che siano tessuti tecnici, misto lana e cashmere, pelle o camoscio e ripropone il plissé.

Animalier



La prossima stagione fredda di Maliparmi sarà un Rinascimento nel nome della bellezza. Il brand passa da fantasie come le stampe floreali con ramage di fiori danzanti ai pattern geometrici. La vitalità si esprime attraverso crop top e camicie over, pantaloni a corolla e paillettes. Tra gli accessori spicca il secchiello cilindrico in pelle e cavallino stampa leopardo.

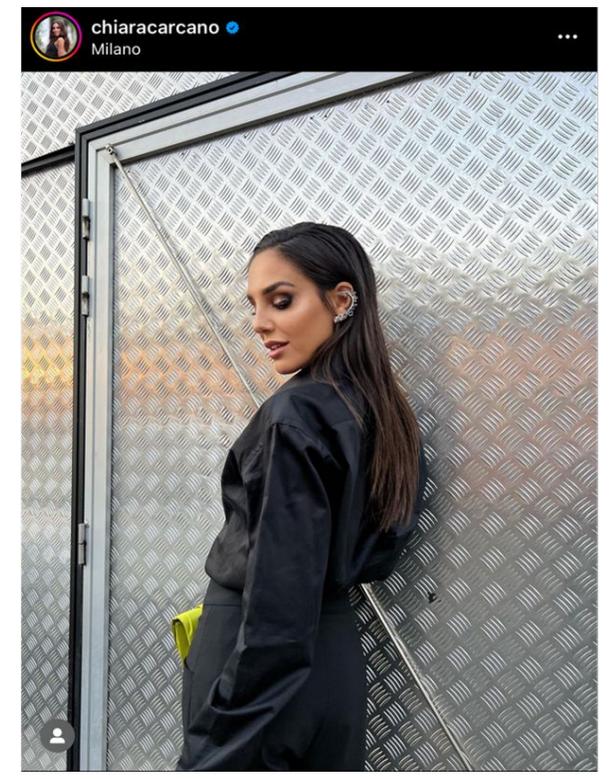
La sostenibilità è un valore imprescindibile per molti brand. Tra loro Cuoio di Toscana, sensibile al tema da tempo, utilizza materie e lavorazioni ecologiche grazie a un processo di concia vegetale lenta in vasca con tannini di castagno, mimosa e quebracho metal free. Da qui nasce l'etichetta green CDT, declinata in cinque borse e un mocassino dall'anima green.

▲ **Folk**
L'identità di Etno si esprime con fantasie maxi e colori caldi





@chiaracarcano





@miryeastabile





@ariannabertoncelli





@tuttaelisa





@fashiontimes.it



french fries

@frechfriesmagazine





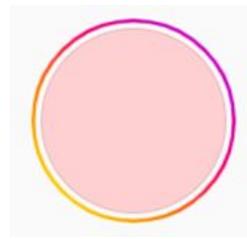
@junglam_magazine





@junglam_magazine





@cliziasomma





@matteocillaroto





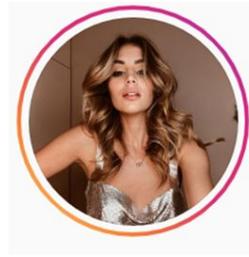
@martinapagani





@guitarpressoffice





@bionditudo





@myglamourattitude





@evagini



french fries

@frenchfriesmagazine





@hubstylemag





@francescamonteofficial





@alice.debortoli





@twotwins95





@mariia.rosaria





@luciadelpasqua





@asiabusciantellaa





@renzoraviello





@teresacalandra





@ksenia_osintseva





@jacquelinezanetti





@giampiero.giambona





@valeria_vigano

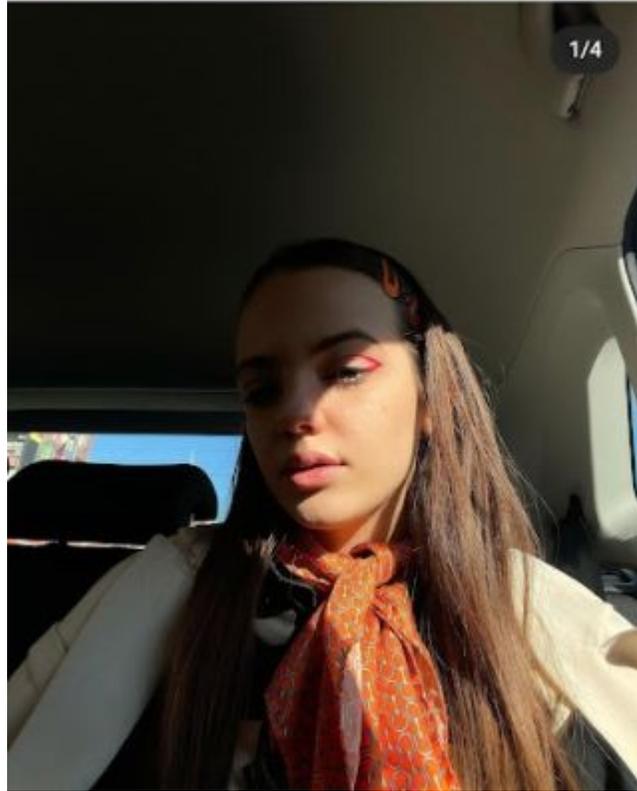




@sofia.craighero

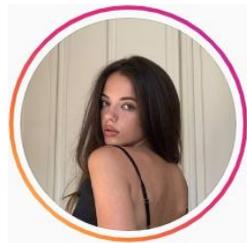


sofia.craighero



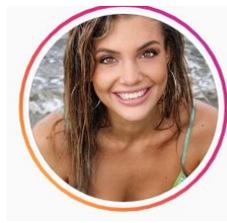
sofia.craighero





@sofia.craighero





@miryeastabile



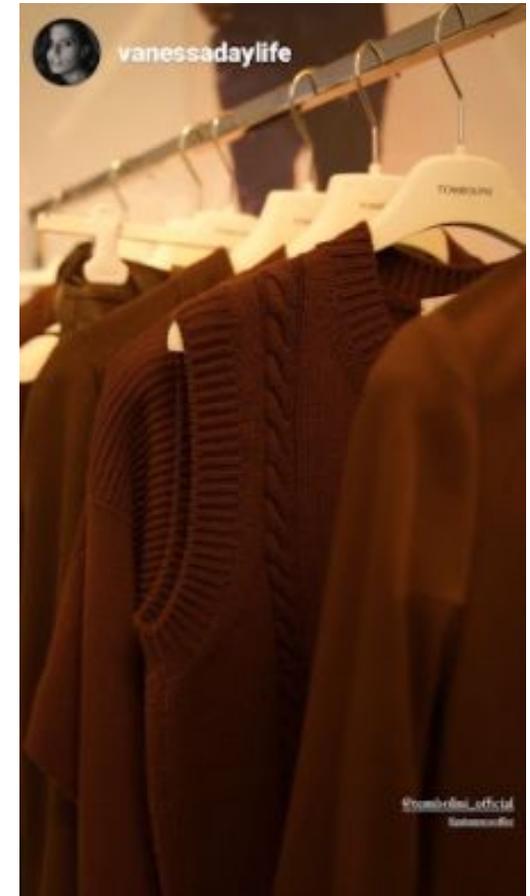
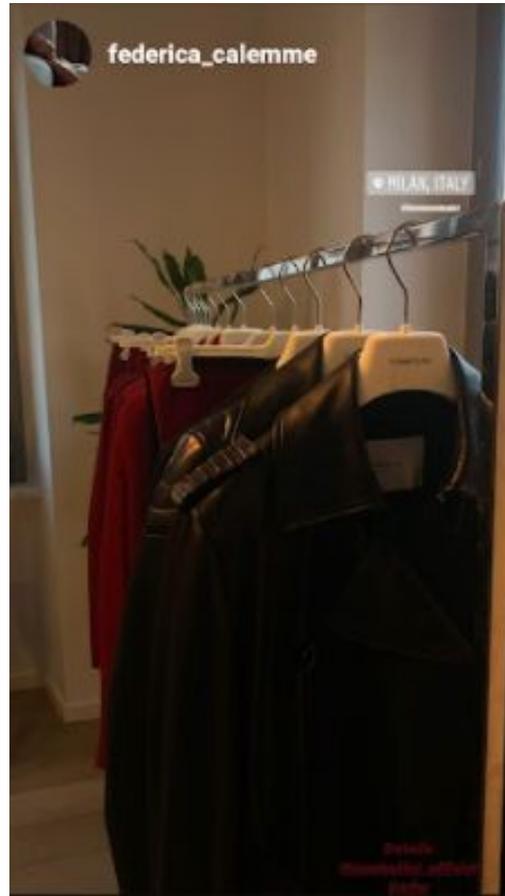


@carlottabarolo





@federica_calemme





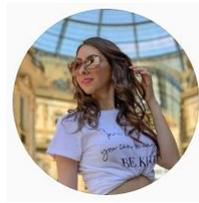
@denisegiselleroman





@vanessadaylife





@manuluize





@fotodiar





@milanovisualimage





@milanovisualimage



milanovisualimage
Milano





@loammi_mag





@federicolodi81



TOMBOLINI



@guitarpressoffice





Attività svolte 2022:

- Piano comunicazione 2022
- Pitti Uomo - Gennaio e Giugno
- Presentazione MMU - Gennaio
- Presentazione MMD - Febbraio e Settembre
- Preparazione e lancio comunicati stampa
- Ricerca sportivi per evento Pitti Giugno 2022
 - Progetto anniversario dei 60 anni
 - Preparazione e invio omaggi stampa
 - Press Day - Novembre e Aprile
 - Report rassegna stampa
 - Servizi redazionali
 - Movimentazione capi
 - Placements
 - Seeding



PLACEMENTS



Roberto Valbuzzi
Chef

Indossato una volta, poi capi non più disponibili



Giovanni Truppi
Cantante

Sanremo
Indossato



Paolo Conticini
Conduttore

Indossato



Gaudiano
Cantante

Vincitore Sanremo giovani
Non disponibile la Taglia



Paolo Ruffini
Conduttore

Indossato



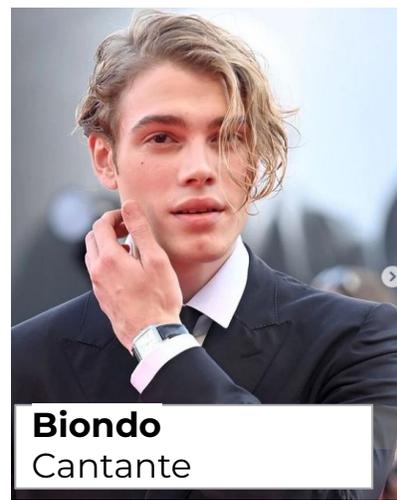
Alessandro Tersigni
Attore

Nessuna risposta dall'azienda



Costantino Della Gherardesca

Non disponibile la taglia



Biondo
Cantante

Nessuna risposta dall'azienda



Fabio Fazio
Conduttore

Non disponibile la TG



Flavio Parenti
Attore

Nessuna risposta dall'azienda

PLACEMENTS PROPOSTI



Eros Ramazzotti
Cantante

Video
Non disponibile la TG



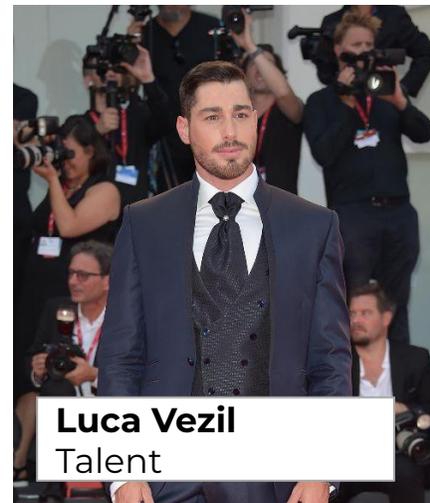
Michele Morrone
Attore

Non disponibile la TG



Antonio Volpicelli
Giocatore di basket

Nessuna risposta
dall'azienda



Luca Vezil
Talent

Indossato, il programma
uscirà a Gennaio su MTV



Andrea Dianetti
Attore/Presentatore

Capi proposti non
adatti



Federico Chiarini
Sky Emmy Awards

Nessuna risposta
dall'azienda



ALBE
Cantante

Amici
Nessuna risposta
dall'azienda



LDA
Cantante

Amici
Nessuna risposta
dall'azienda



Flavio Montrucchio
Conduttore

Capi non disponibili



Raimondo Todaro
Ballerino

Indossato

PLACEMENTS PROPOSTI



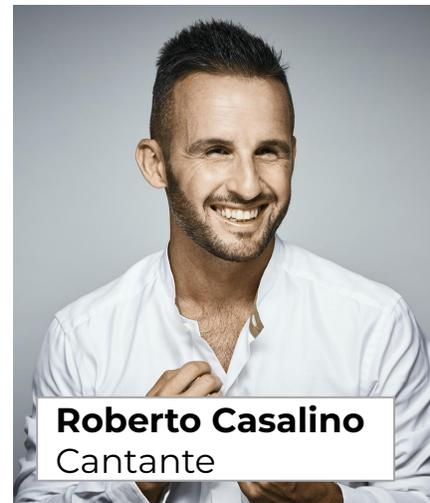
Indossato



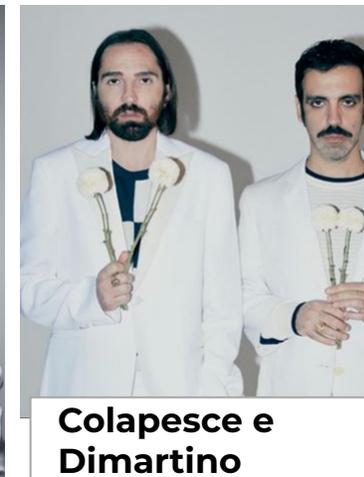
Nessuna risposta
dall'azienda



Indossato



Nessuna risposta dall'azienda



Indossato,



Nessuna risposta
dall'azienda



Nessuna risposta
dall'azienda



Nessuna risposta
dall'azienda



Non disponibile la TG



Indossato

PLACEMENTS PROPOSTI



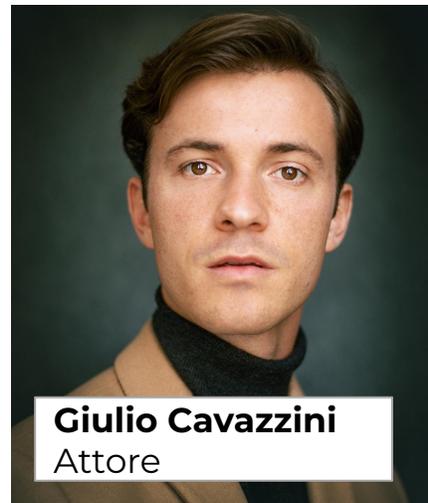
Non disponibile la TG



Non disponibile la TG



Nessuna risposta
dall'azienda



Festival di Venezia
Non approvato dall'azienda



Festival di Venezia
Non approvato
dall'azienda



Festival di Venezia
Non approvato
dall'azienda



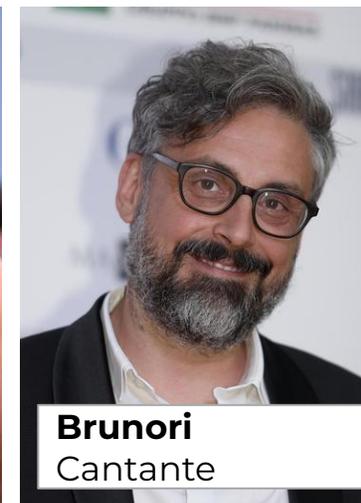
Festival di Venezia
Non approvato
dall'azienda



Festival di Venezia
Non approvato
dall'azienda



Festival di Venezia
Non disponibile la TG



Programma Brunori
SAS
Nessuna risposta
dall'azienda



TO BE CONTINUED

SUTAR
COMMUNICATION AGENCY

