

Tendencias

Pitti Uomo abre sus puertas con 1.220 marcas con miras a superar los 35.000 visitantes

Modaes
12 ene 2016 - 12:21

Pitti Uomo pone al límite el recinto ferial de Fortezza da Basso. El certamen italiano especializado en moda masculina abre hoy sus puertas con cifras récord al elevar su cifra de participantes a 1.219 marcas, el 20,5% de las cuales participan por primera vez. El evento espera superar también la barrera de los 35.000 visitantes que recibió en enero del año pasado.

El *made in Italy* continúa siendo el núcleo del salón, con el 66% de la oferta. La moda española está representada en el evento a través de marcas de largo recorrido como **Florentino**, **Lottusse**, **Leyva**, **Magnanni**, **Olimpo**, **Munich** o la francesa **Cifonelli** (que tiene en España la sede mundial de su negocio de prêt-à-porter), además de otras de reciente creación, como **Ioweyou**, **Oli13**, **Knitbrary** o **Uniqbrow**. Otras enseñas como **Ecoalf**, **Medwinds** o **Scalpers** participan por primera vez en la feria. España continúa siendo uno de los países con mayor presencia en **Pitti Uomo**, tanto en número de expositores como de visitantes.

En esta ocasión, la feria estrena el proyecto *New Makers*, dentro del área *Make*, dedicada a la sastrería y a la artesanía en general. El nuevo espacio, que se encuentra en la planta baja del pabellón central reúne a 43 marcas de reciente creación pilotadas por una nueva generación de emprendedores, que se han apostado por artículos hechos a mano. Por otro lado, la sección *I Play*, especializada en moda urbana, gana terreno con la entrada de nuevas marcas.

Los desfiles vuelven a ser uno de los eventos estrella de **Pitti Uomo**. Mañana tendrá lugar el del diseñador coreano **Juun.J**, mientras que el jueves será el turno del italiano **Marco de Vincenzo**. También el jueves, el creador japonés **Yosuke Aizawa**, director creativo de la marca japonesa **White Mountaineering**, presentará una colección para **Adidas**.

La moda masculina es uno de los sectores con más proyección de crecimiento en los

Modaes

próximos años. En 2014, el mercado del hombre creció un 4,5% respecto al año anterior y fijó su tamaño en 440.000 millones de dólares, según un estudio de **Euromonitor**. El de la moda femenina generó en 2014 un total de 662.000 millones de dólares en ventas.

Según el informe, se estima que el segmento de la moda masculina mantenga el ritmo de crecimiento en los próximos años alimentado por el creciente interés del hombre por su aspecto y por el hecho de que dispone de un mayor presupuesto para gastar. Se calcula que, en Occidente, el hombre cuenta con un presupuesto un 50% superior al de las mujeres para gastar en equipamiento personal.