

**A NEW BEAT(S) N. 7,
VA IN SCENA LA RICERCA FASHION DEI NOMI NUOVI DI PITTI UOMO.
IN UNO SPAZIO SOSPESO TRA MINIMALISMO E INTERNATIONAL STYLE**

Un giovane laboratorio creativo nel circuito della Fortezza. È New Beat(s) n.7, l'area che Pitti Uomo dedica alle anteprime assolute, ai debutti. Designer emergenti, che uno scouting attento ha segnalato come i più interessanti per stile e qualità di prodotto e che si presentano al primo appuntamento con il pubblico internazionale. Ad ogni marchio è consentito di partecipare a New Beat(s) una volta sola, con l'opportunità di diventare poi espositore "regolare" della manifestazione.

SURFACES.

il nuovo allestimento

SURFACES è il titolo-concept di questa edizione di New Beat(s), per un allestimento firmato da Beppe Angiolini, titolare e art director di uno dei più celebri fashion store italiani, in collaborazione con lo Studio Dimore.

Le stanze del Lyceum si trasformano in uno spazio in bilico tra arte e materia, un luogo etereo in cui materiali come lamiera, tubi di ferro, specchi e vetro diventano elementi d'arredo concepiti come scultura. Il set di allestimento, in cui vanno in scena le **14 collezioni**, si presenta con una duplice identità: come protagonista assoluto, che al tempo stesso convive in luoghi d'altri tempi, con materiali dalla fredda presenza che si inseriscono in strutture di suggestione della memoria. Superfici perfette e materiali imperfetti si traducono in forme essenziali e contemporanee, in cui la luce diventa emozione, espressione del contrasto tra la perfezione e l'incompiuto.

Le 14 collezioni di New Beat(s) sono:

a'em
(Italia)

Come in un mix musicale che accosta generi e autori diversi, per il proprio debutto il marchio firma una poliedrica linea di maglieria limited edition, che intreccia influenze rock, pop, soul e R&B.

Biba Tavares
(Brasile)

Luccicante collezione di borse e accessori creati dall'ex modella Biba Tavares, che con l'intuizione di utilizzare come strass le linguette delle lattine raccolte dai bambini in Brasile, ha garantito a molti di loro una forma di sussistenza.

Cafè do Soul
(Brasile)

T-shirt effigiate con le immagini delle Madonne di tutto il mondo e ricamate a mano con applicazioni di perline da parte di manodopera brasiliana: un progetto etico, una linea in cui ogni capo è un pezzo unico.

- Clerk & Teller**
(Gran Bretagna) Nato dall'inventiva ricca di humour di due ex impiegati di banca, il brand presenta una solida proposta di orientamento fashion, che spazia da camicie in cotone organico a ricercati capispalla componibili o totalmente reversibili.
- Daddy**
(Gran Bretagna) Collezione londoniana di streetwear che cambia pelle di stagione in stagione. Resta inalterato l'interesse per le grafiche e i caratteri gotici con cui sigla t-shirt, camicie e bomber jacket.
- Dr. Denim**
(Svezia) Il jeans come monoprodotto rivisitato in chiave scandinava. Fit sperimentale, dettagli anacronistici, noncuranza dei tabù e un prezzo davvero trasgressivo: basso. Il motto: "A good pair of jeans is like a member of the family".
- L & A Mäthger**
(Belgio) Sportivo, classico, metropolitano: Lucas e Aaron, gemelli originari della Germania dell'Est, lanciano un pret-à-porter interamente maschile che presenta le tre connotazioni non una alla volta, ma tutte allo stesso tempo.
- Luxoir Homme**
(Spagna) Interpretazione futuristica del tailoring firmata da una coppia di giovani designer iberici che hanno stregato le passerelle con i loro cromatismi e le loro stampe optical.
- MHANN**
(Francia) Destinazione urban e travel per una collezione di borse dall'aspetto ruvido, realizzate esclusivamente in pelli naturali e progettate per essere insieme uniche, pratiche e resistenti.
- POSTe.LAB**
(Italia) A metà strada tra rielaborazione dei capi e laboratorio di artigiani, una produzione di t-shirt scomponibili, felpe e maglie con inserti e grafiche in cui niente è ciò che appare.
- Sartoria TramaRossa**
(Italia) 7 proposte di jeans in denim cimosato, una per ogni giorno della settimana: sette versioni sartoriali del denim ottenute diversificando bottoni, rivetti, tessuti e lavaggi.
- Szen**
(Italia) Maglieria di purissimo cashmere lavorata attraverso rare tecniche di memoria artigianale. Un'impronta rétro che si intravede nella citazione di antichi punti rubati alla drapperia.
- Toy-me**
(Italia) Sono in procinto di diventare dei cult le creazioni di questo marchio milanese che riproduce in forma di gioielli i giocattoli più strani della nostra infanzia: dal dado del Risiko fino ai carrarmati trasformati in gemelli.
- Yuko**
Yoshitake
(Gran Bretagna) Dal glorioso esempio del tailoring britannico, l'ormai acclamata designer giapponese con sede a Londra approda ad un menswear che arricchisce un fresco stile urban con dettagli sport-chic.