



PRESS

PITTI IMMAGINE FILATI

**SUPERMARKET OF STYLES – SUPERMARKET OFF STYLES
DI ANGELO FIGUS.
IL NUOVO SPAZIO RICERCA DI PITTI IMMAGINE FILATI N. 54,
IN COLLABORAZIONE CON IL FLANDERS FASHION INSTITUTE**

Laboratorio di idee e tendenze, suggeritore di ispirazioni e stimoli per i creativi di tutti i settori legati direttamente o indirettamente alla moda, lo Spazio Ricerca di Pitti Immagine Filati si rinnova per perseguire la sua propensione all'avanguardia e alla ricerca. Inizia, infatti, da questa edizione la collaborazione di Pitti Immagine con il Flanders Fashion Institute di Anversa, l'istituzione belga per il supporto della creatività nella moda, per lo Spazio Ricerca di Pitti Immagine Filati.

Supermarket Of Styles – Supermarket Off Styles è il titolo e il tema dello Spazio Ricerca di Pitti Immagine Filati N. 54, che accoglie i visitatori all'ingresso della manifestazione nei circa 500 mq. del Padiglione Cavaniglia.

Curato da Angelo Figus, stilista italiano, belga di adozione, una delle figure emergenti e di maggior talento della scena creativa europea, con la collaborazione di Nicola Miller per Fuzzi S.p.A. per la ricerca punti e lo sviluppo prototipi e con il supporto del Gruppo A12 per il progetto allestitivo, *Supermarket Of Styles – Supermarket Off Styles* rivendica il ruolo primario della maglieria nel vestire quotidiano contemporaneo.

Il supermarket, metafora della presenza costante della maglieria nella vita di ogni giorno e rappresentazione del tessuto sociale, riflette i contrasti e le infinite possibilità di legare realtà diverse tra loro e pone il consumatore al centro della creazione. Il progetto allestitivo ricrea un supermercato ideale, in cui la merce ha il sopravvento sullo spazio. I visitatori si trovano a percorrere un luogo fluttuante fatto di colori e trasparenze, organizzato in settori merceologici, in cui è possibile prendere contatto con gli oggetti realizzati interamente in maglia.

80 oggetti icona, alfabeto dell'immaginario collettivo, assumeranno la valenza di veri e propri mezzi di comunicazione attraverso i quali individuare le tendenze e i colori della maglieria per la **primavera-estate 2005**. I colori primari riassumono e simboleggiano l'essenza degli oggetti.

Lo Spazio Ricerca di Pitti Immagine Filati, con l'impostazione di Angelo Figus, suggerisce un nuovo approccio al concetto di tendenza, visto come catalogo di sensazioni e umori raccolti nel mondo, più che di diktat imposti da fabbriche del consenso.

Firenze, 4 febbraio 2004

Pitti Immagine srl
50123 Firenze, via Faenza 111

Tel. 055 36931 Telefax 055 3693200
Home page <http://www.pittimmagine.com>
E-Mail stampa.italia@pittimmagine.com
E-Mail stampa.estero@pittimmagine.com