Supplemento al numero odierno del Sole 24 Ore
Poste italiane Sped. in A.P. - D.L. 353/2003 - conv. L. 46/2004, articolo 1, comma 1, DCB Milano

Moda 24

Speciale Moda Uomo

Il Sole 24 ORE

13/01
2026

Culture del vestire
Collaborazioni più trasparenti tra brand globali e artigiani del mondo
—**Beghelli e Crivelli**—*p. 4*

Fuori dagli stand
Sono anche i Pitti Peacocks (pavoni) a rendere la fiera di Firenze unica e speciale
—**Flaccavento** —*p. 6*

IN VETRINA
Quattro pagine di novità per la stagione in corso a cura della redazione di HTSI e una vetrina dedicata alla bellezza maschile di Marika Gervasio (*a lato*, Overjacket sartoriale, polo a microcoste, camicia e pantaloni in cotone, tutto Kiton)
—*pp. 24-31*

ILLUSTRAZIONE DI GIULIA CONOSCENTI/MACHAS

Dal Pitti di Firenze una bussola per il 2026

Vetrina mondiale. Oltre 750 marchi di abbigliamento e accessori maschili, 13mila compratori attesi e sezioni dedicate a talenti e aziende di Spagna e Asia

Le incognite. Nel 2025 Tma (tessile-moda-accessorio) italiano ha segnato un miglioramento rispetto al calo del 2024, ma gli scenari restano incerti

Silvia Pieraccini

Il 2026 della moda parte di fatto oggi, primo giorno del Pitti Uomo di Firenze, il salone più importante al mondo per le collezioni maschili, che in questa 109esima edizione si arricchisce di una missione: non solo stimolare i compratori, in arrivo da tutto il mondo, con le proposte di abbigliamento e accessori condite da eventi, installazioni, presentazioni, talk, sfilate, party fuori e dentro il salone, c'è bisogno di capire: cosa comprare, quanto comprare, come mescolare i capi, come fare i listini prezzi, come recuperare la fiducia dei consumatori che si sono allontanati dalla moda.

Il 2025 si è chiuso con un rallentamento del fatturato, anche se il calo (intorno al 3% per l'intera industria italiana della moda, secondo le stime Camera della moda) è meno intenso di quanto era stato previsto (-5%). Il saldo commerciale resta ampiamente positivo (+26,7 miliardi nei primi otto

stria Moda). Una delle mosse del Pitti Uomo – che vede la partecipazione di 750 marchi, per il 47% stranieri, e attende almeno 13mila compratori – è stata valorizzare le caratteristiche delle cinque sezioni del salone, per creare un percorso unico tra moda, arte e design. In particolare Futuro Maschile, che espone brand di ricerca del menswear contemporaneo, ha ora una nuova veste, disegnata dagli architetti di DWA-Design Studio, che hanno ripensato gli spazi del piano

meria artistica, Hi Beauty, che accoglie 12 marchi indipendenti «rappresentativi di una new wave che attraversa l'Europa e arriva fino in Asia», afferma la società organizzatrice Pitti Immagine. Hi Beauty vuol rappresentare quella contaminazione moda-profumi cui guardano con interesse, ormai da tempo, negozi di abbigliamento e concept store di tutto il mondo. Futuro Maschile si affianca alle sezioni Fantastic Classic (menswear formale), Dynamic Attitude

In quest'ottica Pitti Uomo ha deciso di guardare molto a Oriente, invitando a sfilare due stilisti giapponesi – Soshi Otsuki, vincitore dell'Lvmh Prize 2025, e Shinyakozuka, designer attento a forme e proporzione – e riproponendo due progetti in arrivo dal Giappone, uno dalla Corea e uno dalla Cina. Dal Giappone ecco la settima edizione di J∞QUALITY, selezione di aziende tessili e di abbigliamento di qualità curata dalla Japan Apparel and Fashion Industry Association (Jafic).

esempio di artigianato made in Japan. Altri sei brand, questa volta coreani, saranno invece i protagonisti di Code Korea, progetto nato dalla collaborazione tra Pitti Immagine e Korea Creative Content Agency (Kocca) per mostrare la creatività contemporanea nella moda, nel design e nella cultura coreana. Infine torna alla Fortezza da Basso il contemporary menswear cinese grazie a China Wave, quarto appuntamento con l'area speciale frutto della partnership tra Pitti Uomo e

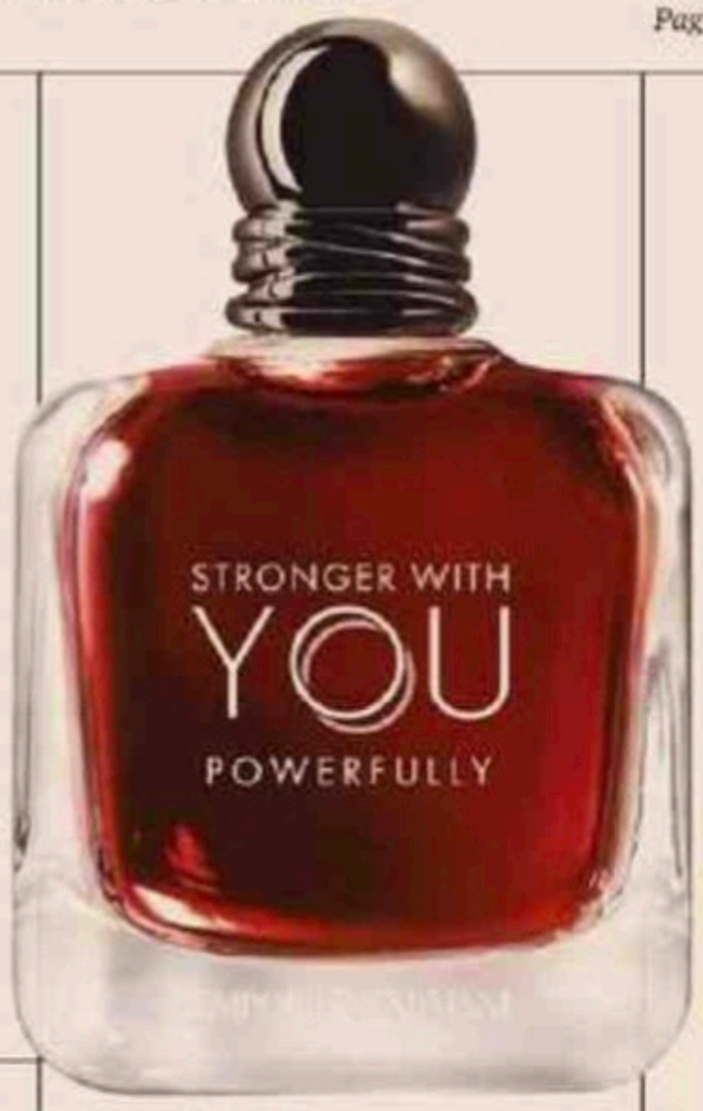
Profumi

Ingredienti preziosi per fragranze intense

Contrapposizioni di sentori fumosi e note vanigliate, cuoio abbinato a note floreali o zenzero; ma anche oud sensuale, limone, bergamotto e spezie frizzanti con il cardamomo che si fonde con la rosa di Taif nelle nuove nuove fragranze maschili che diventano più intense e concentrate. Di design i flaconi declinati in versioni specchiate metallizzate, art déco o futuristiche con tappi rivestiti in pelle o in cristalli

Pagina a cura di **Marika Gervasio**

Pesade.
In Oud Blond il cardamomo si fonde con le note della rosa di Taif e della davana



Emporio Armani.
Stronger With You Powerfully

Ysl. Mysif L'Absolu si apre con un'esplosione di spezie fresche

Spezieria di San Marco.
Triple Bergamot Extract esprime tre sfumature di bergamotto

Gucci.
Guilty Absolu de parfum pour homme

Viso e capelli
Un delicato profumo per capelli che li nutre e li rende morbidi, un balsamo detergente e purificante per il viso e un gel leggero che rivitalizza la pelle mista o grassa per la cura di sé

Christian Dior. Sillage cuoiato con nuove sfaccettature floreali per Cuir Saddle creato da Francis Kurkdjian per la Collection Privée

Boss. Bottled Beyond fonde la forza del cuoio con la vivacità dello zenzero

Hermès. Hermessence Fleur de Peau Musc Pallida eleva all'iris pallida

Prada. Paradigme con base legnosa, estratti di geranio e muschi

Khayali. Vanilla Smoke è una contrapposizione di sentori fumosi e note vaniglíate

Chanel
Il Trattamento profumato per i capelli Bleu prolunga le note aromatico-boschive dell'omonimo profumo, idrata e nutre i caapelli e li avvolge in una sensazione di freschezza

Sisley Paris
Gel-Crème Matifiant Anti-Âge della linea Sisleyum for Men per pelle da mista a grassa. Non untuoso, fresco e leggero penetra rapidamente rivitalizzando la pelle

Dear Dahlia
Heavenly Soft Cleansing Balm è un detergente viso delicato unisex: la texture sorbetto diventa un olio setoso che leviga e riequilibra la pelle rendendola morbida, compatta e luminosa