



# PRESS

## PITTI IMMAGINE BIMBO

### **NUMERI E COLLEZIONI DA GRANDI PER PITTI IMMAGINE BIMBO N. 61 COMPRATORI IN AUMENTO DEL 2%, QUELLI ITALIANI DEL 4%**

Pitti Immagine Bimbo festeggia nel modo migliore i suoi primi trent'anni. La 61esima edizione della manifestazione (1-3 luglio 2005, Firenze, Fortezza da Basso) si è chiusa con un aumento del 2% dei compratori. L'affluenza totale è stata di 7.953 compratori, rispetto ai 7.816 di luglio 2004. Importante il passo in avanti delle presenze italiane (4.804 vs 4.613) mentre quelle estere sono praticamente stabili (3.149 vs 3.203)

Questa è la sesta edizione estiva consecutiva che vede un aumento delle presenze, a conferma della continua e costante crescita della manifestazione. La moda-bimbo presentata nei padiglioni della Fortezza da Basso si avvicina sempre più a quella degli adulti. Negli ultimi anni il settore ha registrato un vero e proprio salto di qualità e la maturazione emerge in tutti gli aspetti della fiera: il livello delle collezioni, la segmentazione e la completezza delle sezioni (Superstreet, la nuova sezione dedicata allo stile urbano informale per ragazzi, ha registrato un vero e proprio boom di presenze sia tra gli espositori che tra i compratori), gli eventi organizzati dagli espositori, l'attenzione da parte della stampa.

Le sfilate all'interno della Fortezza da Basso sono diventate un appuntamento fisso, con formule che si rinnovano a ogni edizione. Il successo è testimoniato dal numero (anche quest'anno sono stati nove i marchi in passerella) e dalle nuove aziende che richiedono uno spazio in calendario.

Fra i paesi esteri si può notare una correlazione tra l'affluenza dei compratori e l'andamento delle rispettive economie. A questo proposito si conferma in testa e in forte crescita la Spagna, uno dei pochi paesi europei che non risente della difficile congiuntura economica (361 compratori contro i 316 dello scorso luglio). In forte crescita anche la Turchia (142 vs 120) che si avvicina sempre più all'Europa e potrebbe diventare nei prossimi anni un mercato ancora più importante, con un grande bacino di possibili acquirenti. Insieme al positivo andamento della Germania, crescono in modo continuo anche Russia, con Olanda e Ucraina. In lieve calo alcuni tradizionali mercati del settore come Francia, Giappone, Stati Uniti e Grecia.

Notizie contrastanti dal Medio Oriente: crescono Emirati Arabi, Israele, Giordania e Kuwait mentre rallentano Arabia Saudita, Libano e Siria. Più a Est, in Estremo Oriente, aumenti consistenti per Corea, Taiwan e Cina. I mercati emergenti più dinamici quest'anno sono stati Brasile, Croazia, Colombia, Libia e Marocco.

Nella classifica generale, dopo la Spagna troviamo Germania (321 vs 311), Gran Bretagna (244 vs 248), Grecia (234 vs 289), Francia (199 vs 247), Olanda (148 vs 114), Turchia, Russia (103 vs 76), Giappone (89 vs 111), Stati Uniti (85 vs 111), Svizzera (84 vs 98), Corea (78 vs 59), Belgio (77 vs 86), Portogallo (67 vs 73) e Austria (64 vs 66).

**Firenze, 3 luglio 2005**

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](mailto:stampa.italia@pittimmagine.com)  
E-Mail [stampa.estero@pittimmagine.com](mailto:stampa.estero@pittimmagine.com)