

PITTI BIMBO È CROCEVIA SEMPRE PIÙ INTERNAZIONALE: IN CRESCITA I MERCATI EMERGENTI

Pitti Bimbo 67, rassegna internazionale di abbigliamento e accessori per bambini e ragazzi, conferma la sua leadership mondiale con un'altra edizione di energia e di soddisfazione. Nei tre giorni del salone (Firenze, 27 – 29 giugno) sono state 572 le collezioni presentate alla Fortezza da Basso (un nuovo record di espositori), un'affluenza da tutto esaurito alle sfilate e agli eventi in calendario, e oltre 500 i giornalisti e i rappresentanti dei media da tutto il mondo.

“Abbiamo registrato commenti positivi da parte sia degli espositori che dei buyer intervenuti alla Fortezza – afferma Raffaello Napoleone, amministratore delegato di Pitti Immagine. “Nonostante una situazione diffusa a livello internazionale di consumi calanti e congiunture economiche negative nei paesi più grandi e importanti, a Pitti Bimbo il dinamismo del childrenswear si è percepito in modo chiaro: molto apprezzati i nuovi progetti e le novità nelle collezioni, segno che il settore sta evolvendo molto in termini di qualità produttiva, nei servizi e nelle modalità di consumo”.

Questa edizione di Pitti Bimbo ha portato a Firenze 7.647 compratori, un dato quasi in linea con i livelli registrati all'ultima edizione estiva (erano stati poco più di 8.100 i compratori nel giugno 2007). Tiene bene il mercato estero – con un numero di 3.062 buyer, pressoché invariato rispetto all'ultima edizione, che rappresenta ormai il 40% del totale – in lieve flessione il numero dei compratori italiani. “La razionalizzazione del sistema distributivo è un dato fisiologico – prosegue Raffaello Napoleone - un fenomeno generalizzato che caratterizza lo scenario della moda in tutto il mondo. Le difficoltà nei consumi da parte delle famiglie italiane sono evidenti anche nella moda bimbo, che rimane comunque il settore più dinamico nel panorama dei consumi nazionali”.

Guardando alle dinamiche dei mercati esteri, hanno fatto registrare performance molto positive i buyer provenienti da economie in ottima salute come Austria, Svizzera e Belgio, si confermano i numeri dei compratori dai Paesi Arabi e dal Medio Oriente, così come dalla Russia e dei paesi dell'Est (Ucraina, Polonia, Repubblica Ceca e Romania), mentre cali prevedibili si sono avuti nei numeri di Germania, Gran Bretagna, Francia, Giappone, Stati Uniti e Turchia, economie caratterizzate da una difficile congiuntura economica e da una diffusa crisi nei consumi. Se il numero di buyer dalla Spagna è rientrato sui livelli delle ultime stagioni, dopo l'eccezione degli aumenti consistenti del 2007, crescono in modo consistente le delegazioni di buyer dal Far East, con Cina e Corea in testa, e da sottolineare come novità interessanti gli aumenti dai nuovi mercati come Australia e Brasile, i primi compratori dall'Indonesia e il buon risultato della Serbia. Complessivamente sono quasi arrivati a quota 100 i paesi esteri rappresentati a Pitti Bimbo.

Ha raccolto inoltre giudizi molto positivi *BabyWorld*, la nuova area del salone dedicata al design e alla puericultura, presentata nella Sala delle Grotte dell'Area Monumentale. Le aziende di *BabyWorld* hanno detto di aver avuto contatti commerciali con importanti compratori internazionali, registrando l'interesse crescente del mercato verso un ampliamento dell'offerta merceologica dedicata al mondo dei bambini, che va oltre le collezioni moda.

Firenze, 30 giugno 2008