



**Selezione, scouting, concretezza, talenti e scenari emergenti:
Super conferma i suoi punti di forza,
di format pensato per i buyer internazionali più orientati alla ricerca.**

**Il salone prêt-à-porter e accessori donna di Pitti Immagine
si è concluso con una conferma dei numeri dell'estero –
con performance molto positive per Russia, Giappone, Stati Uniti –
mentre per l'Italia si è registrata una flessione.**

L'edizione n.11 di **SUPER**, il salone di **accessori e prêt-à-porter donna di Pitti Immagine** (Milano, 24 / 26 febbraio 2018), si è conclusa con feedback raccolti tra gli operatori del settore che parlano di **grande concretezza nell'offerta di collezioni, di ricerca e contenuti di novità** nelle **144 collezioni** di abbigliamento e accessori presentate dalle aziende a questa edizione.

Rispetto a un anno fa, i dati di affluenza finale hanno fatto registrare **numeri in sostanziale conferma per il fronte estero**, con alcuni mercati che hanno messo a segno performance positive interessanti - come la **Russia (+30%), Stati Uniti (+20%), Giappone (+10% come negozi presenti, mercato sempre in testa alla classifica dei paesi esteri), Spagna, Ucraina e Svezia** - e qualche flessione nei numeri da **Regno Unito, Cina e Corea**.

Per il **numero dei compratori italiani** c'è stato invece un **calo atteso**, che si è attestato intorno al **10%**.

Complessivamente il **totale dei compratori** ha raggiunto le **4.700 presenze** (erano state circa 5.100 nel febbraio 2017), di cui quasi il **20% esteri** arrivati **da più di 50 paesi del mondo**.

"Super conferma le caratteristiche del suo format espositivo" – **dice Raffaello Napoleone, amministratore delegato di Pitti Immagine**. "Ricerca, grande selezione, qualità e concretezza di prodotto, anteprime, talenti emergenti e scenari futuri, sono le parole ricorrenti nei giudizi che abbiamo raccolto in questi giorni, tra i buyer internazionali arrivati al salone. Ci sono stati apprezzamenti sia per le nuove collezioni presentate delle aziende, sia per i brand coinvolti nei progetti sui nuovi scenari della moda – dai Super Talents ai designer della Tbilisi Fashion Week, passando per la creatività indiana di Afterlife Projects – così come per le partecipazioni e anteprime speciali che abbiamo presentato nel percorso del salone, e per i brand del progetto Athlovers. Sul fronte dei compratori siamo allineati con quello che ci risulta essere l'andamento generale della settimana della moda milanese: i compratori esteri hanno risposto bene, confermando i loro livelli e soprattutto la qualità delle presenze, con alcune delle insegne più importanti del retail internazionale, i department store e diversi player dell'e-commerce. Per quanto riguarda l'Italia ci aspettavamo un calo, per le difficoltà oggettive nei consumi del paese e per la profonda evoluzione che sta vivendo il nostro retail moda; in aggiunta è arrivato anche il meteo a fare la sua parte, rendendo più difficile la logistica dei trasporti nazionali".

Ecco la **top 15 dei mercati esteri** di riferimento: **Giappone, Germania, Spagna, Russia, Grecia, Svizzera, Francia, Stati Uniti, Belgio, Cina, Austria, Regno Unito, Corea, Ucraina e Svezia**.

Milano, 27 febbraio 2018

Pitti Immagine srl
Via Faenza, 111 - 50123 Firenze
T +39 055 369 31
F +39 055 369 32 00
www.pittimmagine.com