



**La “Super experience” in Via Tortona conquista all’unanimità compratori ed espositori: ottimi risultati e feedback molto positivi per la nuova edizione del salone donna di Pitti Immagine, che si è concluso con un +25% dei buyer e un +35% nel numero dei negozi registrati, per un totale presenze di 5.900 compratori. In crescita quasi tutti i mercati esteri di riferimento (Giappone +23%, Russia +27%, Corea del Sud +45%, Cina +50%, Francia e Spagna al raddoppio dei loro compratori), grandi apprezzamenti per la selezione dei brand e lo scouting internazionale.**

La dodicesima edizione di **SUPER**, il **salone prêt-à-porter e accessori donna di Pitti Immagine**, che a questa edizione si è svolto negli spazi del **Padiglione Visconti di Via Tortona 58**, si è conclusa dopo quattro giornate intense che hanno visto la presentazione delle **nuove collezioni primavera-estate 2019 di 103 brand internazionali**. Per la prima volta la durata del salone è stata di **quattro giorni, dal 21 al 24 settembre**, un giorno in più rispetto alle edizioni precedenti.

I **dati d’affluenza finali** hanno fatto registrare un **numero complessivo di 5.900 presenze: +25% come numero di compratori** intervenuti rispetto a un anno fa – **sia per l’estero che per le presenze nazionali**, che però è un incremento inferiore a quello dei **punti vendita registrati, che si attesta a oltre +35%**.

I **buyer esteri** hanno raggiunto quota **1.200 presenze (il 20% del totale)**, con **più di 50 paesi esteri** di provenienza dei compratori. Tra le performance migliori da segnalare: **Giappone +23%, Russia +27%, Corea del Sud +45%, Cina 50%**, il **raddoppio dei loro compratori per Francia e Spagna**, incrementi a doppia cifra anche per **Germania, Svizzera e Grecia**; **stabili i numeri da Stati Uniti e Regno Unito**.

**“Il nuovo format di Super è piaciuto a tutti: la “Super experience” ha offerto un distillato di novità nella moda donna in un’atmosfera piacevole e stimolante, per quattro giorni che sono stati decisamente intensi e affollati – dice Agostino Poletto, Direttore Generale di Pitti Immagine.** Tutto ciò è il risultato di un grande lavoro fatto sul **mix di collezioni: ancora più selezionato e di ricerca**, tanto da raccogliere giudizi molto positivi e unanimi tra i buyer che abbiamo incontrato al salone. Poi la **nuova location ha fatto la sua parte**: sia come collocazione in città – ha funzionato l’integrazione con le altre realtà della moda in zona Tortona, sia per le caratteristiche stesse dello spazio, che con il nuovo allestimento pop di Archivio Personale è diventato ancora più funzionale alla dimensione di scoperta dei compratori. Aggiungo la soddisfazione per i tanti feedback positivi per le aree dedicate ai nuovi talenti e agli scenari moda emergenti – i **Super Talents con il focus sul Sud America, la collaborazione con la Tbilisi Fashion Week e il debutto dei designer armeni assieme alla Fashion and Design Chamber of Armenia** – che hanno offerto finestre di creatività da paesi in cui normalmente la ricerca dei buyer non riesce ad arrivare”.

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

Pitti Immagine srl  
Via Faenza, 111 – 50123 Firenze  
T +39 055 369 31  
F +39 055 369 32 00  
[www.pittimmagine.com](http://www.pittimmagine.com)