



## **Super conferma il nuovo corso del salone e la qualità del suo format innovativo.**

**5.100 i buyer arrivati al The Mall, da oltre 50 paesi esteri: feedback positivi dai buyer e dalle aziende, “le parole d’ordine di Super sono ricerca e selezione”.**

Il salone accessori e prêt-à-porter donna di Pitti Immagine ha concluso la sua nona edizione nella nuova sede del THE MALL in Porta Nuova, raccogliendo ancora una volta **risultati e giudizi molto positivi**, sia sul fronte **buyer che su quello delle aziende partecipanti**, che confermano **il nuovo corso avviato dalla manifestazione**.

Nei tre giorni di Super – che ha visto protagoniste le nuove collezioni di **144 brand donna** (50% italiani, 50% esteri) – sono arrivati al salone **circa 5.100 compratori**, di cui quasi il **20% esteri**, provenienti **da più di 50 paesi esteri**.

“Super conferma in pieno il ruolo che si è ricavato sulla scena dei saloni donna a Milano”, dice Raffaello Napoleone, amministratore delegato di Pitti Immagine. “E non è solo una questione di numeri – il totale dei compratori si è attestato sui livelli dell’ultima edizione di settembre – quanto di feedback e giudizi arrivati in questi tre giorni intensi di lavoro. I buyer hanno apprezzato la proposta di brand mix del salone, molto ben calibrata e ricca di spunti decisivi per la loro ricerca: tra nuovi brand, aziende di grande qualità e nomi emergenti dai nuovi scenari internazionali. Poi un percorso espositivo chiaro e funzionale, valorizzato da un allestimento d’impatto e sofisticato: anche questi elementi di grande aiuto per i compratori, e sicuramente caratteristiche che distinguono Super dalle altre manifestazioni. Ancora una volta la location è risultata un valore aggiunto, per la sua centralità e per la bellezza dello spazio. I compratori arrivati sono stati di grande livello: tra questi i migliori negozi di ricerca sia dall’Italia sia dall’estero, assieme ai department stores di riferimento a livello internazionale”.

La **top 15 dei mercati esteri** di riferimento vede in testa i compratori provenienti dal **Giappone**, seguiti da **Germania, Cina, Spagna, Francia, Svizzera, Belgio, Corea del Sud, Regno Unito, Russia, Austria, Stati Uniti, Grecia, Hong Kong e Taiwan**.

Tanta attenzione da parte dei buyer e della stampa per le aree dedicate ai **Super Talents** (sono stati 10 a questa edizione, da scenari emergenti come Thailandia, Cina, Portogallo, ma anche da Russia e Regno Unito), e al progetto **MORE DASH: EYE ON THE EAST** sui brand giovani e di ricerca dall’Est Europa; per le partecipazioni speciali come quella di **KARTELL** con **Paula Cademartori** e **N°21**, e quella di vintage futuribile proposta da **Atelier & Repairs**; e per i due progetti di **Super Digital**, il programma novità i Pitti Immagine che ha acceso i riflettori sulle nuove start up digitali del fashion, e su un nuovo talento della fotografia e dello styling dall’Africa come Louis Philippe de Gagoue, che ha realizzato uno speciale shooting digital con le collezioni protagoniste al salone.

**Milano, 28 febbraio 2017**

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)