Chiusura positiva per Pitti Uomo76 e Sì Sposa Collezioni

Pitti Uomo 76

Si è conclusa la 76sima edizione di Pitti Uomo, con un'affluenza di circa 8.700 negozi (con una diminuzione dell'8% rispetto all'ultima edizione estiva) e buona soddisfazione da parte degli organizzatori e dei visitatori. Nei quattro giorni del salone (dal 16 al 19 giugno) sono stati più di 30.000 i visitatori complessivi, oltre 18.000 i compratori e il mercato italiano ha tenuto bene. È emersa la volontà di reagire da parte degli operatori del settore e la consapevolezza diffusa tra i diversi attori di quanto importante sia fare sistema e condividere obiettivi e strategie, per sostenere una ripresa della moda internazionale.

"Abbiamo percepito tanto impegno nel proporre una moda di qualità – commenta Raffaello Napoleone, amministratore delegato di Pitti Immagine – Le aziende hanno presentato collezioni molto focalizzate sulla ricerca nei materiali e sulla vestibilità, prodotti per un pubblico esigente e disposto a spendere per un valore reale. Gli stessi espositori ci hanno detto di aver incontrato buyer internazionali venuti a Firenze con un approccio positivo e concreto, che hanno lavorato intensamente per cercare i prodotti giusti per i loro negozi, scommettendo su una volontà diffusa di ripresa. Certo nessuno si nasconde le difficoltà di questo periodo, dei consumi che stanno ancora soffrendo, ma la maggior parte degli operatori dimostra di reagire con strategie lungimiranti, e noi di Pitti stiamo già lavorando per potenziare l'offerta complessiva, innovare le modalità di rappresentazione, potenziare i servizi, e rendere più facile la partecipazione al salone".

Nella classifica dei primi sedici paesi è la Germania ad essere in testa con i suoi 929 buyer, seguita da Giappone e Spagna. Si registra, infine, il successo che sia il pubblico che la stampa hanno attribuito a "Pitti People", il tema di questa edizione che ha reso protagonisti i visitatori stessi del salone, attraverso gli scatti fotografici di un gruppo di giovani foto-

blogger, e la grande attenzione riservata agli eventi speciali: la sfilata di Undercover al Giardino di Boboli, la performance degli americani Proenza Schouler a Villa La Petraia, i vincitori della prima edizione del concorso Who is On Next?/Uomo, dedicato ai talenti della moda uomo; assieme agli oltre 100 eventi che si sono svolti nei quattro giorni.



Sì Sposa Collezioni

Ha chiuso SI' SPOSAITALIA COLLEZIONI (dal 19 al 22 giugno presso Fiera Milano), con 5.536 visitatori, di cui il 30% provenienti dall'estero. Si tratta di un risultato più che soddisfacente, come ha commentato Corrado Peraboni, ad di Fiera Milano Expocts, considerando la particolare situazione economica attuale. "Il dato di chiusura rivela una tenuta in termini numerici rispetto alla passata edizione. Nota positiva il generale clima di soddisfazione espresso dalle aziende presenti in fiera".

Una boccata d'ossigeno per le aziende espositrici, che – attraverso un ricco programma di sfilate – hanno offerto collezioni d'alta qualità, con particolare attenzione alle produzioni al 100% Made in Italy. "Proprio sulla qualità del nostro Made in Italy dobbiamo puntare – aggiunge l'amministratore delegato di Fiera Milano Enrico Pazzali – poiché credo che solo attraverso la ricerca del prodotto di alta gamma fatto dalla manodopera italiana si riesca a rialzare la testa e a superare la crisi".