

Saloni

Pitti bimbo vede rosa grazie ai visitatori internazionali

«Il risultato di questi tre giorni ha superato le attese», ha detto a *MFF* Raffaello Napoleone, ad di Pitti immagine. Bene Francia e Inghilterra. **Sara Rezk (Firenze)**

L'88ª edizione di **Pitti immagine bimbo** chiude nel segno della progressione. Che continua ad essere costante nel susseguirsi delle edizioni della manifestazione internazionale dedicata al kidswear. Tra 10 mila visitatori, con oltre il 50% di compratori da 60 paesi, 564 espositori, di cui più della metà stranieri (58%), e oltre 150 nomi al debutto, l'edizione ha evidenziato buone performance dei mercati esteri e bilanci di vendita positivi per i protagonisti italiani. «I risultati preliminari di questa edizione superano le attese, tra collezioni interessanti e la leva dei mercati esteri. Inaspettatamente sono cresciute Francia e Inghilterra, mentre Cina e America tengono i numeri e riceviamo riscontri positivi anche da Spagna, Grecia, Belgio, Corea e Arabia Saudita. L'Italia procede a rilento ma l'export ha raggiunto il +6,5% e gli espositori hanno concluso in fiera un buon numero di ordini», ha spiegato a *MFF* **Raffaello Napoleone**, ad di **Pitti Immagine**. Un andamento positivo confermato anche dagli espositori: «Pitti è un salone unico nel panorama bambino. Marchi che come noi sono solidi e innovativi, raccolgono consensi nonostante il mercato globale sia colmo di chiaroscuri», ha spiegato **Christian Simoni**, ad di **Monnalisa**, brand da oltre 47 milioni di euro che si è quotato all'Aim a giugno 2018. Della stessa opinione è anche **Alessandro Varisco**, ad **Twinset**, che ha precisato: «Crediamo molto nella linea girl e facciamo leva sul know-

how. Per noi, dall'Italia arriva il 75% del fatturato». Molte le iniziative e gli anniversari celebrati durante la kermesse, segno di: «Un'innovazione alla quale lavoriamo di stagione in stagione per offrire stimoli e interesse ai nostri visitatori», ha aggiunto Napoleone. Tra le celebrazioni, molto acclamate quelle della storica bambola di **Mattel**, **Barbie**, giunta al suo 60° anniversario, che ha festeggiato a Firenze con una capsule con **Patrizia Pepe**. O ancora il 45° dell'icona di **Sanrio**, **Hello Kitty**, che ha commemorato questo compleanno con le capsule collection con **Monnalisa**, **Melissa** e **MC2 Saint Barth**, nel contesto del progetto **Fashion Comics** ideato da **Alessandro Enriquez**.

Che è altresì ideatore del progetto **Kid's evolution**, sezione dedicata a nuovi designer di abbigliamento per bambini, e che in questa edizione ha coinvolto **Mimidá**, **Arthur Sleep**, **Leontine Vintage**, **Luna Puna** e **Stma**. Tra i focus, anche **Nicelicensing**, pensato da Pitti bimbo e Bologna Children's Book Fair. «Pitti si conferma un'ottima vetrina per noi grazie alla quale raggiungiamo sempre più i buyer esteri. La metà del nostro fatturato è infatti rappresentata dal nostro primo mercato, la Russia», ha concluso **Maria Cristina Ratti Stori**, ceo del marchio **Story Loris**, licenziatario di **La Perla**. (riproduzione riservata)



Un'immagine Twinset a-i 2019/20

