

Moda - Firenze: a Pitti Bimbo 101 si rafforza la community di espositori, buyer, press, influencer del kidswear internazionale

Firenze - 27 giu 2025 (Prima Notizia 24) Nei due giorni del salone registrati 900 buyer di alto livello, arrivati da più di 50 paesi per scoprire le novità dei brand e del lifestyle del mondo bambino.

Nei due giorni di Pitti Bimbo (25-26 giugno 2025) sono stati circa 900 i compratori arrivati in Fortezza da Basso a Firenze, dei quali il 50% circa arrivati dall'estero. A questi si aggiungono oltre 150 tra giornalisti, media e influencer internazionali che hanno raccontato questa edizione. Complessivamente, aggiungendo anche le altre categorie di operatori, sono stati 1.100 i visitatori complessivi. Tra i primi 15 mercati esteri di riferimento: Regno Unito, Cina, Spagna, Russia, Stati Uniti, Giappone, Arabia Saudita, Bulgaria, Turchia, Germania, Emirati Arabi, Polonia, Belgio, Brasile e India. Tantissima attenzione per i progetti, le partecipazioni speciali e per gli eventi in calendario proposti da Pitti Immagine e dai brand. Per citarne alcuni: dalla vivace, colorata e divertente sfilata Mamma's Shopping List curata da Kate Kendrick di Pirouette, che ha anche curato la piazza tendenza Super Bike, con una selezione di 9 brand creativi, frequentatissima e molto apprezzata da buyer e stampa; il progetto di comunicazione social di Monnalisa, con il coinvolgimento di ambassador internazionali d'eccezione; la speciale proposta lifestyle dei marchi di The Family Circle; l'interessante talk sugli effetti positivi del gioco con le bambole presentato da Barbie con l'Università di Cardiff; e ancora le mostre dal grande impatto estetico e creativo dei magazine Style Piccoli e Milk; il workshop sulle strategie di retail di Shop Survivor e altro ancora. "In Fortezza, in questi giorni, si è respirata una voglia concreta di proporre idee fresche e prodotti nuovi ai buyer e alla stampa internazionale arrivati per Pitti Bimbo 101. I quasi 170 marchi che hanno partecipato hanno dimostrato grande consapevolezza del momento che il settore sta vivendo, e delle trasformazioni in atto nel retail globale, ma al tempo stesso hanno espresso una vivace creatività e tanta energia nel rispondere al cambiamento, nell'offrire ai clienti finali prodotti originali e qualitativamente alti. Anche nella modalità stessa di presentazione in fiera. A loro va il nostro ringraziamento, per la fiducia che ci stanno dimostrando in questo nuovo corso di Pitti Bimbo", ha dichiarato l'Amministratore delegato di Pitti Immagine, Raffaello Napoleone. "Pitti Bimbo vuole essere un punto di riferimento importante, fluido e sensibile ai cambiamenti del kidswear, in tutte le sue identità e questa edizione ha rappresentato un ulteriore passaggio nel percorso di cambiamento del salone. Dal nuovo layout, con la sua promenade che favorisce l'interazione tra brand e buyer, alle Trend Square che offrono inediti spunti editoriali e di tendenza, ai servizi di incoming dei compratori internazionali, alle tante iniziative di networking che abbiamo attivato, prima e durante il salone. Fino alle partecipazioni speciali di questa edizione, che hanno arricchito il percorso e vivacizzato il calendario

degli eventi. Vogliamo essere a servizio di buyer e aziende e in questi giorni la dimensione di confronto è stata attiva su diversi livelli, in un'ottica di miglioramento continuo, che siamo convinti porterà a ulteriori cambiamenti positivi alla prossima edizione. Su questo fronte devo ringraziare ancora una volta il fondamentale aiuto che ci è arrivato da Maeci e Agenzia Ice, con un competente lavoro di intelligence su alcuni promettenti mercati esteri e con il sostegno a significativi piani di ospitalità", ha detto il Direttore Generale di Pitti Immagine, Agostino Poletto.

(Prima Notizia 24) Venerdì 27 Giugno 2025