



Risultati concreti e feedback positivi per il format SUPER: i migliori buyer italiani ed esteri apprezzano la proposta womenswear molto mirata e di qualità, lo scouting di nomi nuovi e le partecipazioni internazionali.

Il salone accessori e prêt-à-porter donna di Pitti Immagine registra oltre 5.800 buyer intervenuti da 50 paesi, con numeri in crescita da Francia, Stati Uniti e Olanda. In aumento anche i compratori italiani

Quattro giorni di contatti commerciali molto concreti, di input su prodotto, trend e nuove direzioni della moda donna, presentate da una selezione accurata di **oltre 100 brand e designer** da tutto il mondo (oltre il 40% esteri), con le loro nuove collezioni SS 2020.

L'edizione 14 di **SUPER, il salone prêt-à-porter e accessori donna di Pitti Immagine**, che si è svolto al Padiglione Visconti di Via Tortona a Milano (19 - 22 settembre), si è conclusa con feedback positivi raccolti sia tra i compratori che tra gli espositori, a confermare un format che esprime grande qualità di contenuti, sempre di più pensato per un pubblico di addetti ai lavori di profilo alto.

A questa edizione di settembre complessivamente sono stati **oltre 5.800 i compratori intervenuti. I buyer internazionali** hanno superato le **1.100 presenze** (circa il **20% del totale**), in leggera flessione rispetto ai 1.200 di un anno fa, da più di **50 paesi di provenienza**. Tra le **performance positive** ci sono state quelle dei compratori da **Francia, Stati Uniti e Olanda**; in calo **Giappone, Germania e Grecia**. Per i **buyer italiani** c'è stata una **crescita di quasi l'1%**.

“Super conferma i suoi contenuti di successo - **dice Agostino Poletto, Direttore Generale di Pitti Immagine** - e raccoglie gli apprezzamenti dei buyer arrivati a Milano. Qualche numero in meno nelle presenze estere riflette l'andamento dei mercati internazionali, ma il punto di forza del salone è la qualità di chi è intervenuto. In questi quattro giorni ne abbiamo incontrati tanti: mi riferisco ai migliori compratori italiani e internazionali - le boutique multimarca di segmento alto, i department store, i retailer online. Tutti ci hanno detto di aver fatto un'esperienza di prodotto molto precisa: una “super showroom” che combina aziende di qualità, capsule di prodotto, progetti speciali e giovani talenti dai nuovi scenari, con una selezione e uno scouting che hanno soddisfatto in pieno le loro esigenze in questo momento del calendario. Grandi apprezzamenti sono arrivati anche per i giovani selezionati dal progetto *Super Talents* in collaborazione con Vogue Italia, con un focus a questa edizione sull'accessorio luxury; per le collezioni creative dei designer armeni presentati in collaborazione con la *Fashion & Design Chamber of Armenia*; per i lanci di nuovi progetti e le partecipazioni speciali, una fra tutte quella di Vivetta con la sua nuova linea shoes”.

Tra i **top buyer internazionali** intervenuti si segnalano: **Alan Bilzerian** (Stati Uniti), **Baycrews** (Giappone), **Beams** (Giappone), **Brunschwig** (Svizzera), **Dantendorfer** (Austria), **Galleries Lafayette** (Francia), **Giulio** (Regno Unito), **El Corte Inglés** (Spagna), **Harvey Nichols** (Hong Kong), **Hyundai** (Corea), **Isetan** (Giappone), **Le Bon Marché** (Francia), **LF** (Corea), **Marubeni** (Giappone), **Neiman Marcus** (Stati Uniti), **Ships** (Giappone), **Strolz** (Austria), **Takashimaya** (Giappone), **United Arrows** (Giappone), **Vakko** (Turchia) e **Victoire** (Francia). E tra i migliori **buyer italiani**: **Biffi Boutique, Bini Silvia Passeggiata, Dell'Oglio, La Rinascente, Sugar e Tessabit**.

Pitti Immagine srl
Via Faenza, 111 - 50123 Firenze
T +39 055 369 31
F +39 055 369 32 00
www.pittimmagine.com



La classifica dei **top 15 mercati** di riferimento del salone vede sempre in testa il **Giappone**, seguito da **Francia, Spagna, Germania, Grecia, Stati Uniti, Svizzera, Cina, Russia, Corea, Austria, Olanda, Belgio, Regno Unito e Portogallo**

Milano, 23 settembre 2019