



**Pitti Filati supera i 3.000 compratori,
di cui quasi il 50% esteri provenienti da oltre 50 paesi.**

**Anche per Pitti Filati un'edizione oltre le aspettative,
che riafferma il suo ruolo leader per la filatura d'eccellenza
e per i trend futuri del knitwear internazionale.**

I dati sull'affluenza finale di Pitti Filati 91 (29 giugno - 1 luglio, Firenze) hanno fatto registrare numeri molto alti di compratori arrivati in Fortezza, che vanno in parallelo ai giudizi raccolti tra gli operatori, tutti positivi e di piena soddisfazione. Nei tre giorni di salone i **buyer hanno superato le 3.000 presenze totali**, quasi il doppio rispetto a un anno fa, il **50% delle quali estere**, in rappresentanza di **più di 50 paesi**.

La *community of yarn people* – come è stata definita in questi giorni - è tornata con entusiasmo a ritrovarsi a Firenze.

“Il rientro in Fortezza da Basso dopo due edizioni comunque positive alla Stazione Leopolda, ha dato ulteriore energia a questa ottima edizione di Pitti Filati - **dice Raffaello Napoleone, ad di Pitti Immagine** - sotto tutti i punti di vista. Non è solo una questione dei numeri riferiti alla presenza dei compratori, che pure in un resoconto finale sono i primi ad accendere l'attenzione - soprattutto quando si tratta dei migliori maglifici internazionali e degli uffici stile delle maison di moda più importanti nel mondo. E' piuttosto un concerto di elementi: a partire dalla qualità delle collezioni e delle materie prime, per finire al grado di innovazione tecnologica e stilistica e alla capacità di visione sulla moda che sarà tra un anno e mezzo. C'è da restare sinceramente ammirati nel pensare a quanti e quali investimenti - in macchine, ricerca, persone, idee - stiano dietro a quanto abbiamo visto negli spazi dei nostri espositori, impegnati a tenere in equilibrio dinamico la necessità di soddisfare le richieste provenienti da una forte ripresa mondiale della domanda con i problemi oggettivi che questa stessa ripresa sta ponendo, in termini di approvvigionamento delle materie, controllo dei costi energetici e logistici, gestione dei listini. Una fiera leader non è solo business, offerta e domanda, ordini e pagamenti: è confronto, scambio di conoscenze, ampliamento delle prospettive, cultura e immaginazione, servizi... e noi organizzatori abbiamo cercato di fare la nostra parte, con un'edizione particolarmente accurata dello Spazio Ricerca o con le traiettorie eccentriche delle opere tra moda e costume pop di Maurizio Vetrugno o con i concorsi green dedicati agli studenti più brillanti delle grandi scuole di moda internazionali...”.

Questi i primi **15 paesi esteri** per affluenza compratori: **Francia, Regno Unito, Germania, Stati Uniti, Spagna, Svizzera, Turchia, Olanda, Danimarca, Svezia, Russia, Belgio, Portogallo, Romania, Irlanda.**

Guardando alle performance dei vari mercati, in **grande crescita** i numeri di tutti i **principali paesi europei, ottime le performance** dei buyer da **Stati Uniti, Regno Unito** e dalla **Turchia**. Ancora contenuti – ma questo era già previsto – i numeri dei compratori dal Far East, per i cui paesi permangono tuttora forti limitazioni agli spostamenti a causa della pandemia.

Giudizi unanimi e positivi sono arrivati anche per il nuovo **Spazio Ricerca INTOTHEWILD**, curato da Angelo Figus e Nicola Miller, che ha proiettato il pubblico nelle tendenze moda dell'autunno-inverno 2023; e per la mostra **WILD LIFE WILD HEAT**, una speciale e inedita installazione

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



dell'artista **Maurizio Vetrugno** nella main hall del Padiglione Centrale, frutto della collaborazione tra **Fondazione Pitti Discovery** e **Centro per l'arte contemporanea Luigi Pecci** di Prato.



Molto apprezzate anche le proposte di moda e oggetti di design vintage di una selezione di operatori protagonisti di **Vintage Selection**, andato in scena al Padiglione delle Ghiaia della Fortezza in concomitanza con Filati.

Nel secondo giorno del salone si è svolta anche la cerimonia di premiazione della seconda edizione di Feel the Contest, concorso promosso ed organizzato Consorzio Promozione Filati – CPF e Pitti Immagine, che ha visto la partecipazione di 33 new designers provenienti da Europa, Stati Uniti, Sud America e Asia. A salire sul podio, grazie alla realizzazione di due outfits a tema “**Feel The Green**”, è stata **Marie Nardi**, abbinata all’azienda **Monticolor**, scelta da una giuria di 10 esperti del settore. La giovane designer avrà ora la possibilità di creare una mini-collezione principalmente in maglia per la stagione SS23 con il supporto delle filature associate al Consorzio Promozione Filati – CPF, di alcune maglierie italiane e della Camera Showroom Milano.

Firenze, 1 luglio 2022

Abbiamo raccolto una serie di commenti su questa edizione tra Buyer ed Espositori.

Tra i buyer:

Janina Parmelee, Senior Design Director di MICHAEL KORS:

Ogni volta non vedo l’ora di partecipare. Per le relazioni in primis: Pitti Filati è il punto di incontro del mondo della maglieria internazionale. E poi per le tendenze, per capire tutte le novità e le proposte delle aziende che anche in questa edizione sono state numerosissime. Mi sono piaciute molto le collezioni degli studenti proposte da *Feel the Green* e anche il partecipare a *Vintage Selection*.

Kristin Schmidt, Product Development di TODD SNYDER:

E’ bellissimo tornare a Pitti Filati dopo due anni di assenza. La fiera non è cambiata con il Covid, in senso positivo: c’è sempre molta innovazione, una bella energia, tutti sono felici di essere qui. E’ come una réunion tra gli addetti del settore. La cosa che mi stupisce di più è che partecipo ormai da venti anni, eppure ogni volta che vengo qui imparo qualcosa di nuovo: è incredibile! Ho apprezzato moltissimo l’attenzione di quasi tutte le aziende nei confronti della sostenibilità: ormai non è più un trend ma una realtà consolidata nel mondo dei filati.

Giulia Bastiani, Knitwear and Jersey Senior Designer di JIL SANDER:

Sono molto soddisfatta delle proposte che ho visto in fiera. Pitti Filati è davvero molto importante per me ed il mio team, perché vedere fili nuovi e nuove tecniche ci aiuta nel nostro processo creativo. Questa edizione è stata più grande e con un maggior numero di espositori, e ho trovato molto interessante l’installazione di Maurizio Vetrugno.

Toni Scervino, Amministratore Delegato di ERMANNO SCERVINO:

Un’edizione bellissima. Ho visto tanti spunti diversi proposti dalle aziende ed è un aspetto importante: più i maglifici propongono cose speciali, più noi aziende faremo un prodotto finito speciale. Avere una manifestazione internazionale come Pitti Filati a Firenze è un privilegio assoluto, soprattutto da quando abbiamo un maglificio interno in azienda specializzato in maglieria sperimentale e d’avanguardia, che sta avendo un ottimo riscontro. Ho trovato lo Spazio Ricerca bellissimo, mai visto così stimolante. Insomma, non si può mancare!



Melanie Geyer, Senior Designer Knitwear Menswear di MAERZ:

Un'atmosfera rilassata, friendly, serena. Le persone sono felici di essere qui e si sente. Pitti Filati è un appuntamento importante sia per incontrare gli addetti del settore che per toccare con mano le collezioni della prossima stagione. E' qui che nascono i trend del futuro. Molto bello lo Spazio Ricerca, le proposte degli studenti di Feel the Green e i nuovi macchinari e servidi di Fashion at Work.

Mary Chin, Design Director di KHAITE:

Pitti Filati è una *community of yarn people!* E' una fiera diversa dalle altre, più creativa e divertente ma allo stesso tempo super professionale. Per me è fondamentale partecipare perché, a differenza di New York dove posso incontrare solo gli agenti, in fiera posso confrontarmi direttamente con i produttori: per una designer come me è importante capire come lavorano, come nascono i processi creativi e gli usi che possiamo fare con i filati. Mi è piaciuto moltissimo lo Spazio Ricerca, stimolante come sempre. Così come ottima tutta l'organizzazione.

Lauren Sander, Senior Designer Sweaters and Knits di REBECCA TAYLOR:

Pitti Filati è davvero stimolante. Per me è un appuntamento importante per vedere i nuovi sviluppi del mondo dei filati e respirare la creatività di una città come Firenze. Il salone è ben strutturato, semplice da visitare e lo Spazio Ricerca offre moltissimi spunti interessanti. Sono felice di essere tornata

E tra gli Espositori:

Paolo Polonelli, sale & marketing director di FILIVIVI (Lanerossi)

Questa edizione è stata positiva, di ripartenza, finalmente di nuovo nella sede più appropriata – la Fortezza. Abbiamo lavorato molto bene, i visitatori sono stati ai livelli di sempre, forse c'è stata una minore partecipazione di chi proviene dall'Asia, com'era naturale. Più europei, dalla Turchia, ma comunque clienti di qualità molto alta e nomi importanti. Pitti Filati è la fiera centrale per noi, è quella che orienta il mercato, le stagioni, che segna la presentazione delle nuove collezioni. È l'occasione istituzionale per eccellenza.

Alessandro Bastagli, presidente di LINEAPIÙ

Abbiamo trovato un ambiente professionale estremamente desideroso di partecipazione, e riappropriarsi dei riti e tempi che da sempre lo caratterizzano. Curiosità, voglia di fare, ricerca di novità e passione per il lavoro sono il dato più evidente di una edizione che ci fa riassaporare il piacere di presentare al mercato il nostro impegno e la nostra dedizione al bello. Crediamo che sia una edizione pari alle migliori del recente passato, e ci conforta per affrontare le molte difficoltà che l'intero settore deve gestire. Pitti da sempre detta i tempi dei processi aziendali, che sono strutturati attorno a questo appuntamento. Non è per noi solo routine, semmai l'occasione di specchiarci nelle relazioni personali e professionali che attorno questa manifestazione sono nate e si sono strutturate.

Federico Gualtieri, presidente di FILPUCCI

La fiera è andata molto bene. L'Italia e l'Europa, molto bene Francia e Germania, ma anche gli Stati Uniti sono andati molto bene. La partecipazione a Pitti Filati per noi è molto strategica, è il punto di riferimento per le nostre collezioni. Noi presentiamo le nostre collezioni anche in base alle tempistiche di Pitti. Si esce un mese prima con una collezione più basica e poi durante Pitti con le altre collezioni. Le nostre aspettative per la fiera sono state mantenute ampiamente.

Renato Cotto, amministratore delegato di FILATI BIAGIOLI MODESTO



La fiera è andata bene, c'era voglia e bisogno di ritornare qui, alla Fortezza da Basso, per esprimere il livello a cui il salone e la sua clientela sono abituati. Agli stand che comunque esprimono il DNA e il mood dell'azienda, in linea con quello che i mercati si aspettano. L'affluenza è stata molto buona, già subito dai primi minuti del primo giorno, quindi un giudizio estremamente positivo. I mercati più presenti: Italia, ovviamente, ma anche tanta Europa e poi sono ritornati gli americani, mentre è in sofferenza l'Asia perché ancora non si muovono, ovviamente. E poi sono stati di nuovo presenti i mercati dell'area mediterranea come la Turchia. Quindi molto bene, siamo molto contenti. Per noi Filati è la fiera per eccellenza, ci hanno provato altri ma non hanno mai raggiunto il valore che esprime questo salone. È un appuntamento importante e per noi è fondamentale.

Enrico Ciccone, head of yarn business unit di LORO PIANA

Abbiamo registrato una bella ripresa, con molti clienti che si sono mossi da aree lontane. C'è tanta voglia di tornare alla normalità, di viaggiare, di vedere, di creatività. Tanti clienti ci stanno chiedendo novità. I clienti che hanno partecipato alla fiera sono i migliori clienti che abbiamo sempre avuto, abbiamo avuto l'opportunità di incontrare tutte le grandi maison dalla Francia, tanti brand dagli Stati Uniti, qualcuno è riuscito a muoversi anche dall'Asia, quindi qualche coreano e giapponese, purtroppo manca la Cina – per questioni logistiche. I migliori clienti e i più grandi si stanno muovendo di nuovo e stanno esprimendo la loro voglia di prodotto e di storie nuove da raccontare nelle loro collezioni. Pitti Filati per noi è una grande vetrina, la principale. Come divisione filati è l'unica vera vetrina che utilizziamo da anni: è un modo per raccontare il prodotto, raccontare la collezione, metterlo in mostra non solo ai nostri clienti ma anche a tutte le persone che sono interessate a vedere cosa Loro Piana è in grado di fare e fa da anni. Stiamo dando continuità a un'esposizione creativa, d'ispirazione, che faccia sognare i clienti e chiunque è interessato al mondo Loro Piana.

Pietro Roso di E.MIROGLIO

L'edizione è andata molto bene, abbiamo avuto un grande afflusso di clienti molto interessati che non vedevano l'ora di tornare a Pitti, che è sempre considerata la fiera per eccellenza per vedere le novità, le tendenze e parlare con clienti, competitors e tutti. Siamo molto contenti. Per noi Pitti Filati è la fiera più importante, parte tutto da Pitti Filati. È imprescindibile partecipare, e anche l'investimento che l'azienda fa, sia in termini di ricerca di prodotto che di persone che vengono a Pitti è molto importante.

Graham Wilby di Z. INCHLIFFE

I buyer che abbiamo visto provenivano principalmente dall'Europa, tutti molto interessati e in rappresentanza del meglio dei brand e delle griffe della moda, quindi una qualità di presenze davvero molto buona. Con il Covid è davvero difficile prevedere qualcosa, ma probabilmente le nostre aspettative sono state più che soddisfatte. Con i clienti avevamo degli appuntamenti, quindi sapevamo che sarebbero arrivati, ma abbiamo avuto anche altri contatti, quindi è andato anche meglio. Pitti Filati è la fiera principale a cui partecipiamo, è quella in cui vediamo tutti nello stesso posto, e Firenze è un luogo ideale in cui ritrovarsi.

Davide Marcante, CEO di Suedwolle Group:

Direi che questa edizione è andata decisamente bene! Erano anni che non si vedeva una situazione del genere, tornare in Fortezza è stata una decisione giusta. Ottima affluenza, un buon mix di visitatori italiani e stranieri. I primi due giorni sono stati davvero intensi!

Joel Rooz Buendia, Head of Marketing di INCA TOPS



Avevamo molte aspettative su questa edizione e ne siamo stati soddisfatti. Pitti Filati è una delle fiere più importanti del mondo: il 50-60% dei nostri clienti sono esteri e la fiera rappresenta l'opportunità di entrare in contatto con clienti europei, tutti i main player del mondo dei filati sono qui. La manifestazione è un appuntamento importante sia per l'aspetto commerciale che per quello di networking.

Davide Frignani, General Manager di LOGICA:

Abbiamo scelto Pitti Filati come vetrina per presentare il nostro nuovo progetto Self Tryon che permette di vestirsi digitalmente con capi creati in 3D e la scelta è stata vincente. Il progetto è stato apprezzato oltre le nostre aspettative da un pubblico sia italiano che internazionale, abbiamo registrato una grande affluenza presso il nostro stand non solo in termini di quantità ma anche di qualità. Pitti Filati è una fiera con un target ben specializzato di addetti del settore.

Luca Giunta, San Patrignano:

Siamo molto felici di essere tornati. In fiera si respirava una bella atmosfera, tutti erano felici di essere qui. Buona affluenza sia italiana che internazionale. Bellissimo lo Spazio Ricerca, rappresenta una bella esperienza per le nostre designer.

Fabio Campana, Chief Executive Officer di LANIFICIO DELL'OLIVO:

Siamo molto contenti di questa edizione, ha segnato un ritorno a dei numeri molto vicini a quelli pre-pandemia. Crediamo moltissimo e da sempre all'importanza di Pitti Filati, una fiera che ci consente di incontrare i clienti più importanti a livello internazionale. Avevamo organizzato gli incontri seguendo slot programmati e tutto ha funzionato correttamente, non ci siamo fermati un attimo!

Juan Pepper, Commercial Manager di MICHELL:

Siamo molto contenti di essere tornati a Pitti Filati. Siamo ormai un punto di riferimento per la fornitura di alpaca, molte aziende che partecipano al salone sono nostre clienti e per noi è fondamentale essere qui. Tutti i big brand europei e americani sono stati presenti, e per noi la fiera è davvero una vetrina e un punto di incontro importante.