FRAGRANZE

Fragranze n.21 è stata un grande successo!

Quasi 1.600 i compratori al salone,
+ 28% rispetto a un anno fa, con le presenze estere a +47%.
Per i 189 selezionatissimi marchi di profumeria artistica,
home fragrances, beauty e benessere, un'edizione che supera le aspettative.

Grande partecipazione anche per il programma di eventi speciali e talk, all'insegna del tema di questa edizione *Percezione Reinventata.*

Per scoprire le novità dei **189 brand protagonisti di questa edizione** – in aumento del +18% rispetto alla precedente edizione, il **75%** dei quali **esteri** – in tre giorni sono arrivati alla Stazione Leopolda **quasi 1.600 tra buyer** e **operatori del settore,** provenienti **da 50 paesi del mondo**, **numeri in crescita del +28%** rispetto a quelli dell'ultima edizione del settembre 2022. Con i **compratori internazionali** arrivati a quota **440 presenze**, in aumento del **47%.** Molto bene anche le presenze **dall'Italia, circa 1.160 i buyer italiani, con una crescita che supera il 22%.**

"Una delle migliori edizioni di sempre di Pitti Fragranze ***– dice Raffaello Napoleone, amministratore delegato di Pitti Immagine***. Questa la sintesi di molti commenti e feedback che abbiamo raccolto in questi giorni tra gli operatori. I buyer hanno molto apprezzato il lavoro di selezione dei brand fatto e le tante novità proposte – sono stati in tutto 86 i nomi nuovi, tra marchi al debutto e ritorni importanti al salone, tra i quali i 25 nomi di Spring, la sezione degli emergenti. Gli espositori, dal canto loro, hanno trovato un pubblico di buyer, operatori retail e anche di stampa di altissimo profilo, molto selezionato, non solo per quanto riguarda il mercato italiano – che ha sempre il suo peso specifico – ma anche per le tante presenze internazionali, con nuovi buyer da mercati in questo momento in grande espansione per la profumeria artistica. Ci hanno detto di aver lavorato in un'atmosfera energetica – per la voglia di ritrovarsi a Firenze, conoscere nuovi brand e le novità di quelli di riferimento, percepire i trend del momento – e al tempo stesso di grande relax: funzionale alla scoperta dei loro brand, allo scambio e all'approfondimento coi loro clienti, vecchi e nuovi. E a questa edizione è cresciuta anche la partecipazione di importanti realtà del retail moda, sempre più attente al mondo delle fragranze artistiche, al beauty e skincare di fascia alta, per la proposta lifestyle dei loro negozi."

Come già detto, tutti in aumento i numeri dei compratori dai principali mercati del salone, con performance a doppia e anche tripla cifra. La **Francia** si conferma in cima alla classifica dei 15 mercati di Pitti Fragranze, seguita da **Spagna, Germania, Svizzera, Regno Unito, Ucraina, Polonia, Russia, Lituania, Giappone, Cina-Hong Kong, Cina Continentale, Stati Uniti, Moldavia, Olanda.**

Sono stati più di 300 – anche questi in forte crescita – **i giornalisti, influencers e operatori media** che hanno partecipato a questa edizione, e **quasi 25.000 gli account raggiunti dai social** del salone.

"Pitti Fragranze conferma il suo Dna di manifestazione / laboratorio di ricerca – ***aggiunge Agostino Poletto, direttore generale di Pitti Immagine*** – sulle novità proposte dai migliori marchi della profumeria artistica internazionale e del mondo beauty e benessere, ma anche sulle nuove tendenze del mercato e della cultura olfattiva. Ce lo conferma il successo raccolto dall'installazione *Symbiotic Experience_ la percezione reinventata*, curata dalle giornaliste Paola Gariboldi e Susanna Macchia, che ha visto protagonisti 4 artisti digitali che lavorano con l'Intelligenza Artificiale a ispirare le creazioni di 4 importanti nasi (Alberto Morillas, Coralie

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

Spicher, Serge Majoullier e Jérôme Di Marino) di Mane e DSM-Firmenich, per creare assieme un’esperienza immersiva, sinestesica e unica per il pubblico del salone. E ancora i tanti talk e presentazioni in calendario, tutte seguitissime e con temi caldi, come i nuovi trend del mercato, il ruolo dei social media e le nuove frontiere dell’intelligenza artificiale, fino ai nuovi ideali di bellezza.”

Firenze, 18 settembre 2023