



PITTI IMMAGINE BIMBO

PITTI IMMAGINE BIMBO 99
Firenze, Fortezza da Basso
19 – 21 giugno 2024

**PITTI LEMON trasforma e colora di giallo la Fortezza:
una grande opera di street art accoglierà buyer
e stampa in un'atmosfera carica di novità.**

**Pitti Bimbo si rinnova: non solo moda e lifestyle,
ma anche networking e formazione per i professionisti del settore.**

**Tra gli eventi in evidenza: torna l'acclamato speed dating della moda,
il workshop di Shop Survivor, lo Yellow Party e tanto altro ancora.**

Torna PITTIPETS

Alla Fortezza da Basso di Firenze, da mercoledì 19 a venerdì 21 giugno 2024, si svolgerà Pitti Immagine Bimbo n.99: una nuova edizione del salone, che sempre di più rispecchia le caratteristiche, le evoluzioni e le nuove esigenze del mercato kidswear.

Pitti Lemon!

E' **PITTI LEMON** il nuovo tema dei saloni estivi di Pitti Immagine e della nuova campagna adv di Pitti Bimbo coordinata dal **creative director Angelo Figus**, e interpretata **dall'illustratrice Alessandra De Cristofaro**. Una connessione tra realtà e mondo onirico, il limone come un grintoso e panciuto sottomarino giallo, dal cui oblò si potranno osservare e scoprire tutte le novità di Pitti Bimbo.

“Ludico e giocoso, il limone sta fra la palla da tennis e quella da rugby. Semplice e composto da tanti spicchi, dolce e acido, vitaminico. Un segno dalla grande potenza iconica, di senso e di sensi, che ci permette di sperimentare una narrazione immaginaria, di descrivere i tanti aspetti della manifestazione disegnando e colorando mondi e riferimenti in totale libertà espressiva”, **commenta Agostino Poletto**.

Questa edizione saprà immergerci in una realtà fantastica. La parete del Lyceum, da sempre ingresso simbolico delle manifestazioni e luogo instagrammabile per eccellenza, sarà interpretato da Alessio Bolognesi, in arte Bolo, uno degli street artist più interessanti. Appassionato di grafica, illustrazione, di fumetto, ma legato ai temi del contemporaneo, interpreterà Pitti Lemon secondo un immaginario graffitato. Una sorta di porta magica oltre la quale si rivelerà una super Luna Park diventato per l'occasione Lemon Park, costellato di pop up a tema disseminati in Fortezza per gustare, ascoltare le collezioni. È come se un raggio di sole estivo avesse toccato tutti gli ambienti, rendendoli splendenti e irresistibilmente allegri.

Le novità del salone

A giugno, Pitti Bimbo non si limiterà a mostrare le collezioni primavera/estate 2024-2025, ma presenterà anche una nutrita selezione di proposte lifestyle rivolte al mondo del bambino. Il percorso del salone in Fortezza ospita le sezioni **100% Bambino**, **The Kid's Lab!**, e **The Nest**, progetto che affianca i brand al debutto sul mercato. Insieme al mondo fashion e lifestyle, confermata la presenza di **PittiPets**, new entry presentata a gennaio scorso, che ha riscosso un grande successo.

La nuova edizione di Pitti Bimbo si configura inoltre come una manifestazione in grado di offrire a brand, buyer e comunicatori gli strumenti giusti per attraversare la fase di cambiamento che il settore sta vivendo. **Networking, formazione specifica, strategie e aggiornamento sono le linee guida**



intorno alle quali è stato costruito un programma di eventi e workshop: una vera e propria agenda per espositori, compratori e stampa.

Palcoscenico di tutto questo sarà la **Networking Lounge**, un luogo deputato non solo al business ma anche al confronto su più livelli, attraverso eventi come lo **speed dating “Lemon Connect – Time to Meet”** e i workshop con **Shop Survivor** e **Istituto Marangoni**.

Un'attenzione speciale verrà riservata alla **comunicazione social** che, attraverso un rebranding affidato alla designer e branding specialist francese Sarah Livescault, supporterà aziende e buyer nel farsi conoscere.

Inoltre, grazie a un **attento programma di incoming**, Pitti Immagine ha focalizzato l'attenzione su visitatori selezionati – tra giornalisti, blogger, influencer e buyer fashion & lifestyle – puntando a garantire **un pubblico di qualità e motivato**.

“Da alcune edizioni, Pitti Bimbo ha cambiato pelle”, **dichiara Agostino Poletto, direttore generale di Pitti Immagine**. “Partita come un classico tradeshow, oggi la nostra manifestazione si è fatta più composita e articolata. Non solo di prodotto, ma anche di servizio. Un'evoluzione che a giugno porterà a compimento l'obiettivo che ci eravamo prefissato: trasformare l'appuntamento in Fortezza in un momento di accrescimento professionale oltre che di business. È indubbio che l'intero sistema che ruota intorno al kidswear stia prendendo nuove direzioni. E noi dobbiamo coglierne tutte le opportunità. Una di queste, lo avevamo intuito, è la crescente importanza che sta assumendo il lifestyle nel mondo del bambino, sempre in sinergia con l'abbigliamento, ma con una forza tale da determinare le scelte dei più importanti shop e department store”.

Il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale e Agenzia ICE per i saloni moda Pitti Immagine 2024

Il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale e ICE - Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane, promuovono il ruolo di Firenze nella strategia di internazionalizzazione della moda italiana attraverso il sostegno ai saloni moda 2024 di Pitti Immagine, un contributo fondamentale per il programma di incoming dei migliori operatori esteri e di comunicazione.

“Grazie a questa collaborazione - *dice Agostino Poletto, direttore generale Pitti Immagine* - possiamo investire preziose risorse anche nell'invito a compratori provenienti dai mercati emergenti, sia quelli che sappiamo essere potenziali nuovi clienti del Made in Italy di qualità, sia quelli che stanno già diventando importanti per i nostri espositori nazionali. Per questa attività abbiamo lavorato con il personale degli uffici Ice all'estero, trovando sempre competenza e approfondita conoscenza dei rispettivi contesti di distribuzione e consumo, elementi decisivi per una seria programmazione”.

UniCredit è Main Partner di Pitti Immagine

Dal 2020 UniCredit è al fianco di Pitti Immagine come main partner dei saloni, portando idee e progetti allo scopo di sostenere lo sviluppo dei territori e dell'eccellenza Made in Italy.

“Mentre UniCredit acquisisce una conoscenza sempre più approfondita e puntuale del mondo industriale rappresentato dai nostri saloni moda - **dice Raffaello Napoleone, amministratore delegato di Pitti Immagine** – noi prendiamo familiarità con i temi della finanza applicata ai progetti di sviluppo o di aggregazione, sia verticale sia orizzontale, dei brand e dei distretti più dinamici. L'Intesa è più che rodada e da quest'anno, grazie al Centro di Firenze per la Moda Italiana, siamo felici di averla estesa a un'iniziativa di formazione per gli studenti diplomandi delle migliori scuole di moda italiane. Moduli che trattano soprattutto i temi della sostenibilità, con un approccio molto concreto.”

“Abbiamo dedicato grande impegno alla realizzazione della CFMI Academy – **spiega Annalisa Areni, Responsabile Client Strategies di UniCredit Italia** – che si propone come interfaccia tra gli studenti di Fashion Design e le aziende del comparto moda, con l'obiettivo di promuovere momenti di alta formazione. Un progetto in linea con uno degli obiettivi principali del nostro Gruppo: supportare attivamente i giovani talenti affinché possano esprimere tutto il loro potenziale. Crediamo, infatti, che



sia fondamentale continuare ad investire in formazione, elemento chiave tramite cui favorire la trasmissione dei saperi e valorizzare ulteriormente le produzioni d'eccellenza del nostro Made in Italy. Attraverso l'Academy, nata dalla sinergia con Pitti ed altri partner di prestigio, ci impegniamo nella creazione di percorsi formativi volti a favorire la diffusione di una maggiore cultura industriale e della sostenibilità, rendendo la preparazione teorica più vicina alle tematiche operative sperimentate quotidianamente dalle imprese". *(vedi comunicato dedicato)*

I Buyer

Tanti i buyer che hanno già confermato la loro presenza: dai più importanti department store del mondo alle boutique, ai negozi di ricerca, ai concept store. Solo per citarne alcuni: **248 Kids** (Spagna), **Abc** (Libano), **Al Garawi** (Arabia Saudita), **Alinea Studio** (Spagna), **Apparel Group** (Emirati Arabi Uniti), **Babesta** (Stati Uniti), **Barbara Frères** (Germania), **Central Retail** (Thailandia), **Childrensalon** (Regno Unito), **El Callejon De Las Hadas** (Spagna), **El Rincon** (Stati Uniti), **Epperò** (Italia), **Hakids** (Cina), **Harrods** (Regno Unito), **Harvey Nichols Doha** (Qatar), **Il Monello** (Italia), **Io e Mamma** (Italia), **Isetan Mitsukoshi** (Giappone), **Jackelyn Youth Store** (Belgio), **Kangaru** (Russia), **Kekale** (Finlandia), **Kid's Puzzle** (Kuwait), **Kuopus** (Finlandia), **La Mariposa** (Kuwait), **Le Bunuell** (Finlandia), **Les Enfants** (Italia), **Level Shoes** (Emirati Arabi Uniti), **Liberty of London** (Regno Unito), **Little Nordic Baby** (Cina), **Liverpool** (Messico), **Livrig** (Danimarca), **Lucca** (Svezia), **Magic Edition** (Corea del Sud), **Magaras** (Singapore), **Mami's** (Spagna), **Martine Barneklær** (Norvegia), **Minimarkt Store** (Olanda), **Mondo Piccino** (Italia), **Moo** (Cina), **Murren Kids** (Cina), **Ounass** (Emirati Arabi Uniti), **Patxoca** (Spagna), **Rolling Kids** (Cina), **Selfridges** (Regno Unito), **Shinyee Kids** (Cina), **Tante Pose** (Norvegia), **The Front Shop** (Stati Uniti), **The Wonder Years** (Belgio), **Tiny Apple** (Stati Uniti), **Tiny Buddy** (Cina), **Tryano - Chalhoub** (Emirati Arabi Uniti), **Tsum** (Russia).

I brand protagonisti

170 i brand confermati a oggi a questa edizione
dei quali il **65% circa** proveniente dall'estero

Tutti i brand che partecipano a Pitti Bimbo 99 alla Fortezza da Basso sono anche presenti nella piattaforma digitale Pitti Connect.

Il percorso di Pitti Bimbo

All'interno della Fortezza da Basso quattro sezioni racconteranno il kidswear: i diversi stili e tante curiosità legate al mondo infantile. A queste si aggiunge il debutto di PittiPets, la sezione dedicata al mondo degli amici a quattro zampe, compagni inseparabili dei bambini nei momenti di gioco o in quelli di tenerezza.

100% Bambino

Gli stili e le tendenze che arrivano dalla moda adulta, matchy matchy, proposte da griffe e brand iconici, fino al mondo urban in tutte le sue declinazioni

Outfit che mettono in relazione mondo adulto e infantile per un guardaroba adatto a ogni occasione. Dall'abito per una cerimonia importante a quello bon ton o preppy, fino ad arrivare all'abbigliamento più "cozy", capi circondati da accessori sempre più preziosi. E ancora il mondo urban tra sperimentazioni e crossover tra stili e generi. I brand riuniti sotto "100% bambino" - **in scena al Piano Terra del Padiglione Centrale** - sono il punto da cui partire nella creazione di un'offerta ideale per ogni fascia di età: dai micro-outfit per i newborn e le loro culle a quelli per i teen dalle esigenze più versatili, fino allo streetstyle, high tech e lo sportswear.

Tra i brand protagonisti:

4President, A' la Page, Aigner, Alex & Ant, Alice Pi, Andanines, Angel's Face, Antony Morato, Ao76, Baby Gi, Babywalker, Bardot Junior, Bebetto, Bimbalo', Bugatti Junior, Canada House, Canadian, Clementina Baby, Colors of California, Crocs, Dirkje, Dolce&Gabbana, Ducati, Eirene, Energiers, Escada Girls, Falcotto, Fina Ejerique, Flower Mountain for Naturino, Fun & Fun,



Gingersnaps, Gioseppo Kids, Haidænd'si:K, Hanssop, Heydude, Ido, Igor, Incity Boys & Girls, Jesurum Baby, Juliana, Junona, Koko Noko, L'Anisé, L'Orsobruno, Laranjinha, Làtara, Le Chic, LF Linea Fashion, Little Bear, Maglificio di Verona, Malvi & Co, Mamemi', Marc Ellis, Marlo Kids, Meia Pata, Minibanda, Molo, Naturino, Needle & Thread, Nessi Byrd, Nikolli, Olga Valentine, Oseree Swimwear, Palm Beachies, Pan Costumes, Patachou, Philipp Plein Junior, Pisamonas, Play Up, Poca & Poca, Retour Denim de Luxe, Rondinella, Roy Rogers, Sal&Pimenta, Sarabanda, Selini Action, Siena Hair Accessories, Siviglia, Snug, Sophia Webster, Sun68, SWP by Irina, Telesyk Airlines, Teva, The O, Tortue Kids, Tutu Du Monde, W6yz, Wedoble, Yatsi.

The Kid's Lab!

Un laboratorio per scoprire le collezioni di ricerca e sperimentare le declinazioni del kids lifestyle.

Inaspettate, impegnate, lontane anni luce dal mainstream, le proposte di "The Kid's Lab!" sono un caleidoscopio di idee. Qui si concentrano brand giovani e pionieristici, già oggetto di culto. Non solo outfit, ma anche una ricchissima gamma di accessori lifestyle che si distinguono per il design sempre molto personale, per la scelta di materiali mai banali e per un approccio eco-etico. Piccole produzioni indipendenti, frutto di una ricerca costante, per chi desidera connotare con un tocco di personalità le proposte da rivolgere ai bambini: dagli abiti ai piccoli giochi, dagli smalti eco ai primi gioielli da condividere con la mamma.

Rientrano a pieno titolo in The Kid's Lab! anche **PittiPets**, lo spazio dedicato al mondo degli amici a quattro zampe, e **The Nest**, il progetto nato da uno scouting attento e sensibile tra i piccoli marchi che meritano di essere scoperti e sostenuti, progetto curato da Dimitra Zvakou, pioniera del kidswear responsabile e founder del concept lab berlinese Little Pop Up.

Tra i brand di THE KID'S LAB ci sono:

Adriana Mae, Appulu, Bling2o, Boatilus, Bochechas, Chikatai, Choose Kind, Coucoucava, Crochetts, Elle Porte, Faliero Sarti for Pets, Giraffe, I Love my Dog, Inuwet, Ipanema, Kidiwi Handmade, Koku Factory, Kombinizona Kids, La Scimmia da Bagno, Lolli Pet, Lu & Lu, Magnetic Me, Manufaktura Falbanek, Mi Lucero, Mimi & Lula, Mini-La -Mode, Moalie, Narti, Naturapura, Nicolas, Pangolini Kids, Petite Revery, Piccoli Principi Swimwear, Poupette St Barth, Rosajou, Tiki Tiki, United Pets, Vauva, Walkiddy, Wooly Organic, Yo Baby, Yuko B.

PITTIPETS a Pitti Bimbo

Torna, dopo il debutto a gennaio, l'area dedicata al mondo degli amici a quattro zampe. È PITTIPETS, una vetrina dedicata ai brand di accessori, arredi e abbigliamento per i cani e i gatti di casa. Il mondo pets rappresenta un segmento sempre più presente negli shop e nei department store, essendo parte del più ampio capitolo del family & kids lifestyle che Pitti Bimbo intende rappresentare. Inserito nel percorso espositivo di The Kid's Lab!, PITTIPETS costituisce uno spazio esclusivo, reso unico dall'allestimento disegnato da Ilaria Marelli, architetto e designer che ha firmato importanti spazi per brand lifestyle internazionali. **I marchi di PITTIPETS: Faliero Sarti for Pets, I Love My Dog, Lollipopet, United Pets.**

Da segnalare tra i NOMI NUOVI e gli IMPORTANTI RIENTRI:

Tra le aziende che partecipano a questa edizione – tra nomi nuovi, debutti e rientri al salone – ci sono marchi del kidswear internazionale come:

Alex & Ant, Alice Pi, Andanines, Bardot Junior, Baiti Organic, Bochechas, Choose Kind, Clementina Baby, Coucoucava, Giraffe, Ipanema, Junona, Kidiwi Handmade, Koku Factory, L'Anisé, Le Chic, Little Bear, Mamemi', Marlo Kids, Moalie, Narti, Needle & Thread, Nessi Byrd, Nicolas, Olga Valentine, Oseree Swimwear, Pan Costumes, Pangolini Kids, Piccoli Principi Swimwear, Poca & Poca, Poupette St Barth, Sal&Pimenta, Selini Action, Teva, The O, Tiki Tiki, Tortue Kids, Vauva, Yo Baby.



Tra gli HIGHLIGHTS e gli EVENTI di questa edizione segnaliamo:

_ Pitti Bimbo Yellow Party

Alla fine del primo giorno, **mercoledì 19 giugno**, un momento conviviale per buyer, espositori, influencer e stampa, un party tutto giallo per stare insieme e celebrare l'estate dal gusto mediterraneo.

_ Buon Compleanno Falc!

La storica azienda di calzature da bambino: Naturino, Falcotto e Flower Mountain, ma anche da adulto: Voile Blanche, W6YZ, Candice Cooper e Flower Mountain **festeggia il traguardo dei 50 anni con un sorridente aperitivo a tema**. Mezzo secolo a passo svelto.

_ LEMON CONNECT – TIME TO MEET

Lo speed dating per i professionisti del kidswear:

Dopo il grande successo ottenuto alla scorsa edizione, a giugno torna alla Networking Lounge lo speed dating della moda, ideato dalla lifestyle influencer Peggy di Paul&Paula, per offrire a chi lavora nel mondo kidswear - giornalisti, blogger, buyer e brand – un prezioso strumento di networking. Ispirato al tema dei saloni estivi, il format, a questa edizione, prende il nome di "LEMON Connect – TIME to meet", ma la modalità è sempre quella collaudata a gennaio: incontri rapidi, della durata di circa 5 minuti, ma di grande impatto perché realizzati attraverso match mirati.

_ Shop Survivor di Massimiliano Alvisi

Mercoledì 19 giugno, alle ore 15.00, lo speciale workshop di Massimiliano Alvisi, imprenditore retail con oltre 20 anni di esperienza e fondatore di *Shop Survivor*, il più grande evento di formazione in Italia per la crescita aziendale dei negozianti. A Pitti Bimbo, Alvisi proporrà una sessione workshop per buyer e operatori del settore incentrata sul tema delle strategie marketing e social per il retail.

_ Il campus 'Elevate Your Retail Sales Game' powered by Istituto Marangoni Firenze

In collaborazione con Istituto Marangoni Firenze l'imperdibile workshop *'Elevate Your Retail Sales Game: Leveraging advanced Visual Merchandising tactics for maximum impact'*. Alla Networking Lounge, Nicola Diana (Brand Image Consultant and Visual Merchandising tutor of Istituto Marangoni Firenze) inviterà a scoprire come le tecniche di presentazione visiva strategica possono migliorare l'esperienza di acquisto, catturare l'attenzione dell'acquirente e aumentare il successo delle vendite.

_ Pirouette x Pitti Bimbo 99

A questa edizione Katie Kendrick di *Pirouette* propone, con il suo consueto stile giocoso e leggero, due format che interpretano la nuova filosofia improntata al networking di Pitti Bimbo. Con **"Chain Interview"** Katie darà il via a una serie di interviste a catena, in cui ogni intervistato nominerà una persona, scelta tra gli espositori in Fortezza e player del kidswear, creando così un lunga "catena" di connessioni e di scambi di idee. Ogni intervista verrà filmata e i tre reels che ne deriveranno dimostreranno quante persone si possono incontrare a Pitti Bimbo. E ancora **"Pitti Ecosystem"** è invece il titolo di un evento di live art che si ispira al tema del salone, Pitti Lemon, e inviterà i partecipanti a generare connessioni e allacciare contatti, per poi condividere l'esperienza sui social.

_ Scimparello Magazine consegna gli "Scimparello Favourite"

Presenza iconica di Pitti Bimbo, grazie ai suoi look che non passano inosservati, Petra Barkhof, fashion stylist, creative director ed editor in chief di "Scimparello Magazine", si aggirerà in Fortezza per selezionare gli outfit più creativi e innovativi. In questo sarà affiancata da Enrico Fragale Esposito, deputy editor del magazine. Insieme sceglieranno 10 capi speciali e ai brand selezionati consegneranno un premio ispirato al tema dei saloni estivi: al gusto di limone. La premiazione avverrà mercoledì 19 giugno.



PITTI BIMBO EDITORIAL:

“Somewhere over the rainbow”

Avrà i colori smaglianti dell'arcobaleno la speciale vetrina lifestyle di Pitti Bimbo che a ogni edizione si rinnova con una selezione di accessori ed elementi di design, pronti a finire nelle wishing list di grandi e piccini. **“Somewhere over the rainbow”** è infatti il titolo dell'Editorials di giugno, firmato dalla stylist **Maria Giulia Pieroni**: una ricerca editoriale, competente e creativa, che “gioca” intorno all'arcobaleno e alla meraviglia che sempre scatena in chi ha la fortuna di poterlo ammirare.

L'arcobaleno è serenità, l'arcobaleno è sorpresa, l'arcobaleno è guardare in su, pensare a chi si vuol bene, l'arcobaleno è un segno felice, dopo la pioggia, prima che tutto ricominci, l'arcobaleno è un pensiero positivo, è un sorriso, è una cartella colori, è un ponte allegro, è una congiunzione policroma, è un linguaggio universale, lo citano i poeti, lo snocciolano le filastrocche, lo tracciano i bambini. E sono arcobaleno capi, accessori, dettagli, giochi, tutto perché non devono scegliere un colore, ma ne fanno di tutti i colori.

PITTI CONNECT

Fino al 16 luglio 2024, Pitti Bimbo è online sulla piattaforma Pitti Connect e sui canali social della nostra community, con approfondimenti dedicati ai brand, percorsi di stile e aggiornamenti in tempo reale che proseguiranno seguendo il corso delle campagne vendita. Tra i contenuti editoriali che saranno presto online:

_ **WALK THROUGH**. percorsi di stile a cura di una stylist, che sceglie negli showroom digitali su Pitti Connect dei brand protagonisti di Pitti Bimbo, proprio come farebbe per la sua rivista, una serie di capi che fanno tendenza.

Tra quelli in programmazione:

- _ **Walk Through by Maria Giulia Pieroni**
- _ **Walk Through** curato dal **magazine Style Piccoli**

The Pitti Crew wears

ARMOR LUX and FLOWER MOUNTAIN

Pitti Immagine ringrazia ARMOR LUX e FLOWER MOUNTAIN

per il contributo nel vestire The Pitti Crew a questa edizione dei saloni.

special grant

madeinitaly.gov.it



Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale



main partner

