



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.**

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!

È **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**.

Lemon Gorilla

Sulla facciata del Lyceum, ingresso simbolico delle manifestazioni, postazione instagrammabile per eccellenza troneggia un gorilla. Gli animali sono spesso soggetto dell'artista urbano Bolo, come tramite fra l'umano e la natura, come simbolo di sentimenti senza intermediazioni, di spontaneità assoluta. 'Mi è piaciuto assegnargli un'espressione furba e complice, dargli un colore forte e scuro mentre stringe fra le mani i limoni, che hanno invece un colore vivacissimo, con atteggiamento fra il possessivo e il protettivo'. Una sorta di porta magica che anticipa una sequenza di Pop Up a tema: mondi allegri che, come l'allestimento generale, sono stati curati dall'architetto Alessandro Moradei e dal direttore creativo Angelo Figus. Info Lemon, Insta Lemon, Lemon Phone, Yellow Bubbles by Tassoni, Lemon Postcards, Lemon Beach by UniCredit, Lemon Flowers e Lemon Ice formano una costellazione di intrattenimento.

Le novità del salone

A giugno, Pitti Bimbo non si limiterà a mostrare le collezioni primavera/estate 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 supporta 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 **Massimiliano Alvisi di Shop Survivor** e **Istituto Marangoni Firenze**.

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 buyer fashion & lifestyle, giornalisti, blogger e influencer – 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), **Agiemme** (Italia), **Al Garawi** (Arabia Saudita), **Alfa International - Harvey Nichols Riyadh** (Arabia Saudita), **Alinea Studio** (Spagna), **Apparel Group** (Emirati Arabi Uniti), **Babesta** (Stati Uniti), **Barbara Frères** (Germania), **Bebe Organic** (Cina), **Central Retail** (Thailandia), **Childrensalon** (Regno Unito), **Childsplay Clothing** (Regno Unito), **Doets & Doets** (Belgio), **El Callejon De Las Hadas** (Spagna), **El Rincon** (Stati Uniti), **Epperò** (Italia), **Galleries Lafayette** (Francia), **Hakids** (Cina), **Harrods** (Regno Unito), **Harvey Nichols Doha** (Qatar), **Harvey Nichols Kuwait** (Kuwait), **Il Monello** (Italia), **Io e Mamma** (Italia), **Isetan Mitsukoshi** (Giappone), **Jackelyn Youth Store** (Belgio), **Jesper Junior** (Finlandia), **Kangaru** (Russia), **Kid's Puzzle** (Kuwait), **Kids21** (Singapore), **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), **Made by Nature** (Emirati Arabi Uniti), **Magic Edition** (Corea del Sud), **Mami's** (Spagna), **Martine Barneklær** (Norvegia), **Minimarkt Store** (Olanda), **Mondo Piccino** (Italia), **Morbillo** (Italia), **Murren Kids** (Cina), **My Little Corner** (Cina), **MyTheresa** (Germania), **Ounass** (Emirati Arabi Uniti), **Patxoca** (Spagna), **Robirò** (Italia), **Rolling Kids** (Cina), **Saks Fifth Avenue Almaty** (Kazakistan), **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), **Vizi e Vanità** (Italia).

I brand protagonisti

160 i brand 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, le sezioni **100% Bambino** e **The Kid's Lab!** raccontano l'universo kidswear, i diversi stili e le tante curiosità legate al mondo infantile, a cui si aggiungono le novità di **PittiPets**, lo spazio dedicato al mondo degli amici a quattro zampe, e **The Nest**, il progetto che valorizza i piccoli marchi dal grande potenziale.

100% Bambino

La moda delle bambine e dei bambini, le nuove tendenze, gli stili senza tempo e per ogni occasione

Una sezione che riunisce le collezioni per un guardaroba ideale e dalle tante anime. A firmarle sono i brand iconici del kidswear e le griffe che interpretano la moda degli adulti in formato mini. Dagli abiti da cerimonia agli outfit più rilassati, 100% Bambino presenta capi e accessori che rispondono ai gusti dei ragazzi, ma anche alle esigenze dei genitori, con un'offerta rivolta a ogni fascia di età (dai micro-outfit per i newborn e le loro culle a quelli per i teen dalle esigenze più versatili) e in linea con ogni occasione (dai party look allo sportswear, passando per il sempre più versatile streetstyle).

Tra i brand protagonisti:

4President, A' la Page, Aigner, Alamara, Alex & Ant, Alice Pi, Andanines, Angel's Face, Anja Schwerbrock, Antony Morato, AO76, Baby Gi, Babywalker, Bardot Junior, Bebetto, Bimbalò,



Boardies, Bufi, Bugatti Junior, Canada House, Canadian, Clementina Baby, Colors of California, Crocs, Deolinda, Dirkje, Dolce&Gabbana, Ducati, Eirene, Energiers, Escada Girls, Falcotto, Fina Ejerique, Flower Mountain for Naturino, Fun & Fun, Gingersnaps, Gio Bespoke, Gioseppo Kids, Haidænd'si:k, Hanssop, Heydude, iDo, Igor, Incity Boys & Girls, Ipanema, 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, Mou, Naturino, Needle & Thread, Nessi Byrd, Nikolli, Olga Valentine, Oseree Swimwear, Palm Beachies, Pan Costumes, Patachou, Petite Amalie, Philipp Plein Junior, Pisamonas, Play Up, Poca & Poca, Prinsessefin, Retour Denim de Luxe, Rondinella, Roy Rogers, Sal&Pimenta, Sarabanda, Selini Action, Siena Hair Accessories, Siviglia, Snug, Sofie Amoura, Sophia Webster, Sun68, SWP by Irina, Telesyk Airlines, Teva, The O, Tortue Kids, Tutu Du Monde, W6YZ, Wedoble, Yatsi.

The Kid's Lab!

I brand di ricerca, gli accessori e il design per colorare il guardaroba dei bambini e il mondo intorno a loro

Fashion e lifestyle, un binomio inscindibile quando si parla di kidsweat. Ecco perché questa sezione si configura come un grande e colorato laboratorio in cui i brand mostrano nuovi modi di interpretare la moda, ma anche gli accessori, i giochi e gli arredi per i più piccoli. Sul fronte fashion, i riflettori sono puntati su brand giovani e pionieristici, ma già di culto che si distinguono per il design sempre molto personale, per la scelta di materiali mai banali e per un approccio eco-etico.

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 kidsweat responsabile e founder del concept lab berlinese Little Pop Up.

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

Adriana Mae, Appulu, Baiti Organic, Bling2o, Boatilus, Bochechas, Chikatai, Contigo, Choose Kind, Coucoucava, Crochetts, Èkki, Elle Porte, Giraffe, Inuwet, Kidiwi Handmade, Koku Factory, Kombinizona Kids, La Scimmia da Bagno, Lilikiwi, Lu & Lu, Magnetic Me, Manufaktura Falbanek, Mi Lucero, Mimi & Lula, Mini-La-Mode, Mini Cools, Moalie, Narti, Naturapura, Nicolas, No Nasties, Pangolini Kids, Petite Revery, Piccoli Principi Swimwear, Poupette St Barth, Rosajou, Sharpie, Tiki Tiki, 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: Bullophilosophy, Eirene Pawsh, 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 kidsweat internazionale come:

Alex & Ant, Alice Pi, Andanines, Bardot Junior, Baiti Organic, Bochechas, Choose Kind, Clementina Baby, Contigo, Coucoucava, Giraffe, Ipanema, Junona, Kidiwi Handmade, Koku Factory, L'Anisé, Le Chic, Lilikiwi, Little Bear, Mamemi', Marlo Kids, Mini Cools, Moalie, Narti, Needle & Thread, Nessi Byrd, Nicolas, No Nasties, Olga Valentine, Oseree Swimwear, Pan Costumes, Pangolini Kids, Piccoli Principi Swimwear, Poca & Poca, Poupette St Barth, Sal&Pimenta, Selini Action, Sharpie, 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, alle 17.30**, 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, il 19 giugno alle ore 11:30**. Mezzo secolo a passo svelto.

_ Immersive Sky Room by CoccoleBimbi

Un'immersive sky room trasporta in un cielo sognante dove cullarsi in altalena. Cesare Morisco, art director di Coccolebimbi, luxury kids commerce sul mercato nazionale e internazionale, ha creato uno spazio con le nuvole, da sempre suo simbolo iconico e soggetto di una collezione di arredamento e accessori lifestyle. Il messaggio è quello della libertà, della incisività e dell'uguaglianza. Un corner sociale e un punto di aggregazione, in cui il **19 giugno dalle 11:00 alle 13:00**, la **Smagnifica Sofia**, ambassador di CoccoleBimbi, incontrerà gli ospiti di Pitti Bimbo 99 con un lemonade cocktail party, per un momento di Meet&Greet.

_ Style Piccoli

In mostra, all'interno della Fortezza, una serie di fotografie 'Tutti frutti' tratte dal numero di luglio/agosto della rivista Style Piccoli, firmate da Luca Manfredi e curate, come stylist, da Floriana Colangelo. Scatti ispirati alla pittura rinascimentale con uno sguardo contemporaneo, illuminato e sorridente, ritratti eleganti caratterizzati da un frutto o un ortaggio.

_ LEMON MAGAZINE EXPERIENCE

"When life gives you lemons... Make a Pitti Lemonade."

Un'esperienza speciale curata da Lemon, rivista per ragazzi e ragazze alla moda e mamme. Un luogo dove il brio incontra la gioia dell'infanzia, tra cocktail al limone, installazioni, un photo booth e la Confession Box per permettere ai genitori di rilassarsi.

_ 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.

_ MASSIMILIANO ALVISI CREATORE DI SHOP SURVIVOR

Strategie innovative per il retail

Mercoledì 19 giugno, alle ore 15.00 presso il Networking Lounge, 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 soluzioni per far prosperare (di nuovo) il settore retail. Argomenti principali saranno: l'uso professionale dei social media per coinvolgere i clienti e creare una comunità attorno al brand; gestione efficace del negozio, dalla gestione dell'inventario alla formazione del personale, idee innovative e strategie di marketing creative per distinguersi dalla concorrenza e fare del proprio negozio un punto di riferimento nella zona.

_ 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, giovedì 20 giugno alle ore 11:00**, 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 una 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 **"A Zest of life - The Pitti Bimbo ecosystem Live Art event with Betty Soldi & Pirouette"** è invece il titolo di un evento di live art in cui Pirouette e la calligrafa Betty Soldi invitano visitatori, brand, buyer e stampa a partecipare a questa interessante opera di live art, nella quale Betty integrerà la visione che ognuno ha dell'ecosistema Pitti Bimbo. Una celebrazione delle singole parti che insieme costituiscono il settore del kids' fashion & lifestyle riunito a questa edizione di Pitti Bimbo 99.

_ 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.



PITTI IMMAGINE BIMBO

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

ITCA[®]
ITALIAN TRADE AGENCY

main partner

 **UniCredit**