



Il Coraggio e la Responsabilità.

Dopo il riconoscimento ai 740 espositori della 108° edizione di Pitti Uomo, all'appello di Antonio De Matteis, presidente di Pitti Immagine, rispondono anche i grandi buyers internazionali, in crescita del 3% rispetto allo scorso giugno. Complessivamente oltre 11.400 i compratori intervenuti, e superati i 15.000 visitatori totali.

Il salone simbolo e bandiera della moda maschile mostra ancora una volta energia e dinamismo, aprendo così le porte a una stagione che tutti si augurano sarà di rilancio per vendite e consumi.

A poche ore dalla chiusura, i dati di affluenza di compratori e visitatori alla 108° edizione di Pitti Immagine Uomo (**Firenze, Fortezza da Basso, 17-20 giugno 2025**), confermano le previsioni favorevoli della vigilia e mandano un messaggio positivo all'intero settore della moda e del lifestyle maschile e al mercato internazionale: i **buyers esteri registrano un aumento di quasi il 3% rispetto al giugno 2024**, mentre gli **italiani – sui livelli dello scorso anno sino a ieri – registrano una leggera diminuzione**, maturata sostanzialmente tra ieri pomeriggio e questa mattina, in coincidenza con gli scioperi nazionali dei trasporti.

"Quando il presidente De Matteis in apertura di salone ha parlato, a proposito dei nostri espositori, di coraggio e responsabilità - **dice Raffaello Napoleone, amministratore delegato di Pitti Immagine** - quello era un messaggio per tutto il mondo della moda e in particolare per la moda maschile: per le imprese, per noi organizzatori, per i media. Questo insomma è il nostro modo di reagire alle difficoltà: Pitti Uomo è un simbolo e uno strumento concreto per la promozione e lo sviluppo degli scambi commerciali - ed è tale in qualsiasi fase congiunturale, persino nelle epoche di transizione, come quella che stiamo probabilmente vivendo. E la risposta dei compratori, in arrivo da più di cento paesi nei cinque continenti - è la migliore che ci potessimo aspettare. Se guardiamo il dato estero più in dettaglio è interessante notare che il totale europeo compensa le oscillazioni, in un senso e nell'altro, dei singoli paesi, mentre le **spinte positive maggiori vengono da fuori Europa: Stati Uniti e Cina in primo luogo**, seguite da **Giappone e le altre economie del sud-est asiatico**. Interessanti anche i numeri in crescita di grandi mercati che finora avevano avuto presenze molto contenute: parlo di **Australia, Brasile e India**. Così come hanno registrato performance molto buone le presenze da gran parte dei **paesi dell'Est** e dal **Medio Oriente**, fino ai nuovi mercati dell'**Asia Centrale**. A dimostrazione che Pitti Uomo non è solo termometro sensibile dei movimenti commerciali ma è anche, molto spesso, il **porto in cui sbarcano le avanguardie dei nuovi compratori della migliore moda maschile**".

Le percentuali sopra ricordate, proiettate sul finale, fanno prevedere un **totale di circa 5.450 buyers esteri e poco meno di 6.000 italiani**.

La lista dei principali arrivi esteri: **Germania, Regno Unito, Spagna, Olanda, Giappone, Turchia, Stati Uniti, Francia, Svizzera, Belgio, Cina, Grecia, Polonia, Portogallo, Russia, Austria, Corea del Sud, Canada, Danimarca, Australia**.

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



“Non è solo questione di numeri – **aggiunge Agostino Poletto direttore generale di Pitti Immagine** – perché l’atmosfera in questi quattro giorni è stata veramente positiva, fin dalle prime ore. Il merito principale va agli **oltre 740 espositori che hanno creduto e investito nel salone**, alle loro collezioni che incorporano memoria di alta manifattura insieme al talento innovativo, che infondono contenuti di contemporaneità ed elementi di funzionalità nei diversi canoni del vestire maschile. Da parte nostra approfitto per mandare un grande grazie e sinceri complimenti a tutte le persone di Pitti: abbiamo lavorato con impegno sulle collaborazioni internazionali - dal focus su moda e lifestyle coreani della novità CODE Korea, a Scandinavian Manifesto, le eccellenze giapponesi di J∞QUALITY, la creatività di China Wave, e ancora i brand francesi di Promas e quelli spagnoli di ICEX, fino al supporto alla moda ucraina di Angel for Fashion - sulle nuove sezioni come quella dedicata al mondo della bicicletta Becyle, molto promettente, e come sempre su una serie di eventi e presentazioni speciali dentro e fuori dalla Fortezza da Basso”.

I quasi **130 eventi in calendario** a questa edizione hanno riscosso successo e tanta attenzione. Solo per citarne alcuni, molto apprezzati dai migliori addetti ai lavori i guest degli eventi speciali promossi da Pitti: da **Homme Plissé Issey Miyake**, ospite d’onore con uno straordinario, molteplice evento – mostra e sfilata – a Villa La Petraia; la prima sfilata del brand coreano **PAF (Post Archive Faction)**, guest designer in Stazione Leopolda, che ha ospitato anche lo special event firmato dal marchio giapponese di ricerca **Children of the Discordance**; fino al debutto nel menswear del talento italiano **Niccolò Pasqualetti**, presentato con una sfilata al Teatro del Maggio che ha incantato stampa e buyer.

Firenze, 20 giugno 2025

special grant

madeinitaly.gov.it



Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale

ITA 
ITALIAN TRADE AGENCY

main partner

 **UniCredit**