



PITTI IMMAGINE BIMBO

**A Pitti Bimbo 101
si rafforza la community di espositori, buyer, press, influencer
del kidswear internazionale.**

**Nei due giorni del salone registrati 900 buyer di alto livello,
arrivati da più di 50 paesi per
scoprire le novità dei brand e del lifestyle del mondo bambino.**

**Networking, eventi speciali, informazione, comunicazione e servizi:
l'impegno di Pitti Immagine
“per superare la complessa fase che stiamo vivendo”**

“In Fortezza, in questi giorni, si è respirata una voglia concreta di proporre idee fresche e prodotti nuovi – **dice l'amministratore delegato di Pitti Immagine Raffaello Napoleone** – ai buyer e alla stampa internazionale arrivati per Pitti Bimbo 101. I quasi 170 marchi che hanno partecipato hanno dimostrato grande consapevolezza del momento che il settore sta vivendo, e delle trasformazioni in atto nel retail globale, ma al tempo stesso hanno espresso una vivace creatività e tanta energia nel rispondere al cambiamento, nell'offrire ai clienti finali prodotti originali e qualitativamente alti. Anche nella modalità stessa di presentazione in fiera. A loro va il nostro ringraziamento, per la fiducia che ci stanno dimostrando in questo nuovo corso di Pitti Bimbo”.

Nei due giorni di manifestazione (**25-26 giugno 2025**) sono stati **circa 900 i compratori arrivati in Fortezza**, dei quali il **50% circa arrivati dall'estero**. A questi si aggiungono gli oltre **150 tra giornalisti, media e influencer internazionali** che hanno raccontato questa edizione. Complessivamente, aggiungendo anche le altre categorie di operatori, sono stati **1.100 i visitatori complessivi**.

Tra i primi **15 mercati esteri** di riferimento: **Regno Unito, Cina, Spagna, Russia, Stati Uniti, Giappone, Arabia Saudita, Bulgaria, Turchia, Germania, Emirati Arabi, Polonia, Belgio, Brasile e India**.

Tantissima attenzione per i progetti, le partecipazioni speciali e per gli eventi in calendario proposti da Pitti Immagine e dai brand. Per citarne alcuni: dalla vivace, colorata e divertente sfilata **Mamma's Shopping List** curata da Kate Kendrick di Pirouette, che ha anche curato la piazza tendenza Super Bike, con una selezione di 9 brand creativi, frequentatissima e molto apprezzata da buyer e stampa; il progetto di comunicazione social di **Monnalisa**, con il coinvolgimento di ambassador internazionali d'eccezione; la speciale proposta lifestyle dei marchi di **The Family Circle**; l'interessante talk sugli effetti positivi del gioco con le bambole presentato da **Barbie** con l'**Università di Cardiff**; e ancora le mostre dal grande impatto estetico e creativo dei magazine **Style Piccoli** e **Milk**; il workshop sulle strategie di retail di **Shop Survivor** e altro ancora...

“Pitti Bimbo vuole essere un punto di riferimento importante, fluido e sensibile ai cambiamenti del kidswear, in tutte le sue identità – **conclude Agostino Poletto, direttore generale di Pitti Immagine** – e questa edizione ha rappresentato un ulteriore passaggio nel percorso di cambiamento del salone. Dal nuovo layout, con la sua promenade che favorisce l'interazione tra brand e buyer, alle Trend Square che offrono inediti spunti editoriali e di tendenza, ai servizi di incoming dei compratori internazionali, alle tante iniziative di networking che abbiamo attivato, prima e durante il salone. Fino alle partecipazioni speciali di questa edizione, che hanno arricchito il percorso e vivacizzato il calendario degli eventi.



PITTI IMMAGINE BIMBO

Vogliamo essere a servizio di buyer e aziende e in questi giorni la dimensione di confronto è stata attiva su diversi livelli, in un'ottica di miglioramento continuo, che siamo convinti porterà a ulteriori cambiamenti positivi alla prossima edizione. Su questo fronte devo ringraziare ancora una volta il fondamentale aiuto che ci è arrivato da Maeci e Agenzia Ice, con un competente lavoro di intelligence su alcuni promettenti mercati esteri e con il sostegno a significativi piani di ospitalità.”

Firenze, 27 giugno 2025

special grant

madeinitaly.gov.it



Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale

ITA[®]
ITALIAN TRADE AGENCY

main partner

 **UniCredit**