



Per Pitti Filati e Pitti Bimbo sono arrivati in Fortezza oltre 4.000 visitatori super selezionati.

I due saloni infondono energia, nuove connessioni e prospettive positive al mondo della filatura e al kidswear internazionali.

“Sono stati tre giorni, da mercoledì 21 a oggi, molto intensi e altrettanto interessanti qui in Fortezza da Basso – *commenta Raffaello Napoleone, amministratore delegato di Pitti Immagine* – con i tre piani del Padiglione Centrale suddivisi tra Filati e Bimbo, animati da oltre 4mila visitatori super selezionati, di cui almeno 3.100 compratori con una percentuale estera superiore al 40%, a cui si sono aggiunti fornitori, agenti di commercio e distributori, operatori dei media e della comunicazione in generale, questi ultimi oltre 220. Due saloni simili nel profilo dell'offerta (gli espositori), caratterizzata da approccio curatoriale, alta qualità dei prodotti, impegno costante verso l'innovazione stilistica e dei materiali, dimensione internazionale, eppure diversi se visti nella loro traiettoria di sviluppo. Pitti Bimbo sta consolidando con feedback molto positivi la transizione verso un formato che valorizza i marchi di ricerca molto curati, che rappresentano l'evoluzione del mercato, senza rinunciare alla varietà garantita da una selezione di eccellenti aziende di riferimento: insomma una fotografia del mercato attuale, sulla quale abbiamo iniziato a lavorare in profondità dallo scorso giugno. Pitti Filati da parte sua si conferma l'indiscusso e unico riferimento della fascia più alta del mercato globale dei filati per maglieria, il luogo da dove parte l'intero processo produttivo e creativo della moda, dove si lanciano le tendenze di colore, punti, uso dei materiali e tatto per i prodotti finiti che andranno nei negozi dopo 18 mesi. Una funzione che il salone svolge egregiamente anche per altri settori industriali, come l'*interior design* e l'*automotive*”.

Per quanto riguarda Pitti Bimbo, i compratori sono stati circa 700, il 38% dei quali dall'estero, in particolare da: Spagna, Corea del Sud, Cina, Turchia, Giappone, Russia, Regno Unito, Arabia Saudita, Francia, Stati Uniti. A Pitti Filati invece i compratori, tra cui spiccano gli uffici stilistici di tutti i più importanti marchi della moda e del lusso internazionali, sono stati quasi 2.400, il 43% provenienti dall'estero. Questi i paesi più rappresentati: Francia, Regno Unito, Germania, Usa, Cina, Svizzera, Spagna, Turchia, Giappone e Russia.

“L'atmosfera a Pitti Bimbo era davvero speciale – *continua Napoleone* – sia tra gli espositori sia tra i visitatori. Un'energia creata proprio da questa nuova impostazione che abbiamo dato al salone e che sta dando dei frutti promettenti: anche se si parla di numeri contenuti, i buyers sono stati in aumento rispetto allo scorso giugno e le aziende hanno apprezzato l'opportunità di lavorare bene e in profondità in un ambiente rilassato ma dinamico, con un nuovo layout allestitivo fresco e vitale. A Pitti Filati gli espositori si sono presentati sull'onda di un buon finale di 2025 ma di un inizio anno più sospeso, quindi con molta cautela e qualche apprensione, ma i risultati e le presenze tra gli stand sono stati superiori alle attese e, praticamente tutti quelli che abbiamo sentito, se ne ripartono molto più sereni in vista del lavoro da fare per l'intera annata. E stiamo parlando dell'edizione di gennaio, rivolta alle collezioni estive e quindi minoritaria rispetto a quella di giugno, quando invece ci sono le proposte per la moda, in particolare la maglieria, autunnale e invernale”.

Firenze, 23 gennaio 2026