



MODAPRIMA

Modaprima conferma il suo focus internazionale e il suo ruolo di riferimento per le produzioni moda destinate alla media e grande distribuzione.

Sono stati oltre 1.700 gli operatori arrivati a Firenze nei tre giorni del salone, da più di 50 paesi esteri. In crescita le presenze da Russia, Spagna, Olanda, Gran Bretagna, Hong Kong, Messico e Repubbliche Baltiche.

L'edizione n.79 di Modaprima (Firenze, 20-22 novembre 2015) si è conclusa alla Stazione Leopolda confermando la qualità degli operatori del settore intervenuti e la grande internazionalità, ancora una volta uno dei tratti dominanti del salone che Pitti Immagine dedica alle collezioni *ready-to-wear* donna e uomo per la media e grande distribuzione.

Nei tre giorni di manifestazione – protagoniste **150 collezioni** presentate da alcune delle migliori aziende italiane di questo segmento produttivo - sono stati **più di 1.700 i compratori arrivati a Firenze**, in leggera diminuzione rispetto alle presenze della precedente edizione invernale (erano stati quasi 1.800 i buyer nel novembre 2014). Di questi **poco meno di 800 sono arrivati dall'estero**, in rappresentanza di **oltre 50 paesi**. Le **migliori performance internazionali** le hanno messe a segno i compratori da **Russia, Spagna, Olanda, Gran Bretagna, Hong Kong, Messico** e dagli operatori delle **Repubbliche Baltiche**, in particolare **Lituania ed Estonia**. Leggera flessione per **le presenze dei compratori italiani**, che nel complesso hanno comunque espresso un livello di qualità alto.

Nella classifica dei primi **15 paesi** di riferimento sempre in testa il **Giappone**, seguito da **Spagna, Russia, Portogallo, Turchia, Belgio, Olanda, Francia, Grecia, Gran Bretagna, Hong Kong, Lituania, Austria, Irlanda e Germania**.

*“Modaprima conferma anche a questa edizione la **qualità della sua proposta** e le sue **prospettive internazionali**”, afferma Agostino Poletto, vice-direttore generale di Pitti Immagine. “La moda italiana pensata e prodotta per la grande distribuzione, si dà appuntamento ogni sei mesi a Firenze, per presentare le novità al pubblico internazionale, e lo è stato anche stavolta. Certo lo scenario dei mercati esteri vive una fase complessa, con mercati più reattivi e altri in maggiore difficoltà, con fattori di criticità che sono conseguenza anche dei fatti recenti della politica internazionale. Ma in questi giorni alla Leopolda i nostri espositori hanno comunque incontrato operatori del settore di alto profilo, arrivati a Firenze con grande motivazione e concretezza per la prossima stagione. E' piaciuta molto la novità della sezione Accessories, che ha raccolto feedback positivi tra i buyer intervenuti, e determinanti sono stati anche gli investimenti di Pitti nella promozione all'estero, realizzata in stretta sinergia con ICE - Agenzia per la Promozione all'Estero e l'Internazionalizzazione, che a questa edizione hanno permesso la partecipazione di missioni di buyer provenienti sia dai mercati consolidati sia da economie più emergenti. Siamo convinti che per il ready-to-wear di qualità la spinta sull'internazionale sia la direttrice su cui investire: lo faremo a ogni edizione sempre di più”.*

Apprezzamenti anche per la partecipazione al salone di Alfa Romeo, che ha concluso alla Stazione Leopolda il tour nazionale dedicato ai suoi due modelli di punta Giulietta e MiTo.

Firenze, 23 novembre 2015

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