

Moda *Pitti* Immagine **UOMO**



Stabili due emergenti di peso come **India e Messico**. Buone notizie infine da due interessanti outsider come **Sudafrica e Israele**, mentre l'area medio-orientale è stata meno brillante che in altre edizioni. Nell'insieme le presenze estere si sono attestate intorno alle **7.400 unità**, mentre i compratori italiani sono stati in totale **13.600 circa**. I visitatori nel loro complesso sono stati **oltre 30.000**.

Si è conclusa l'edizione **81 di Pitti Immagine Uomo** (Firenze, Fortezza da Basso, 10-13 gennaio 2012), un'edizione che i **1.100 espositori** hanno onorato con collezioni piene di **novità, ricerca e innovazioni stilistiche**, e dalla quale – guardando i dati di affluenza finale dei compratori – arrivano conferme sugli andamenti dei diversi mercati della moda maschile.

Germania, Giappone, Gran Bretagna, Stati Uniti, Cina, Corea del Sud e Turchia – tutti in aumento o per compratori o per punti vendita – trainano la domanda estera e compensano alcuni significativi cali, sia pure prevedibili, come quello della Spagna (oltre 150 compratori in meno), di Grecia e Portogallo. Ottimi risultati, con incrementi a due cifre, dai ricchi paesi nordici - Svezia, Danimarca, Finlandia - con la sola eccezione della Norvegia. Oscillazioni in basso di pochi punti percentuali per mercati consolidati come Francia, Russia e Hong Kong, che restano però su valori assoluti molto alti. Andamenti diversi nell'area dell'est europeo: bene Romania, Lettonia, Slovenia, Croazia, Slovacchia, in calo Ungheria, Polonia e Repubblica Ceca.

"Noi diamo sempre risultati veri, è una questione di rispetto verso i clienti e verso noi stessi, ma i numeri dicono e non dicono – chiosa **Raffaello Napoleone**, amministratore delegato di Pitti Immagine – lo sappiamo bene tutti, soprattutto gli espositori, che infatti sono molto soddisfatti di questo Pitti Uomo. Anche un solo compratore in più da Germania o Giappone o Gran Bretagna o Stati Uniti vale un tesoro – e il suo peso, in termini di potere d'acquisto, è moltiplicato per "n" volte. Quindi questi sono segnali positivi per Pitti e per il Made in Italy. I migliori negozi di moda italiani, quelli di riferimento per le aziende di qualità, sono arrivati tutti a Firenze, senza eccezione – è un fatto decisivo da sottolineare – ma sul nostro paese è inutile raccontarci storie: la situazione è pesante, i consumi sono al minimo e i negozianti fanno un'enorme fatica, spesso sono costretti a rinviare i pagamenti... e qualcuno chiude. Ce ne sono tanti in questa condizione, basta girare per le città. Se a Pitti sono calati di oltre il 10% i motivi reali non mancano di certo. Anzi, in tanti sono venuti lo stesso per ritrovare idee ed entusiasmo".