

PITTI IMMAGINE BIMBO

PRESS | BIMBO

第 71 回ピッティ・イマージネ・ビンボ

総来場者数 11,000 人以上

海外からの来場者数 4%増加

来場者数、全体のムードと発注数の増加により

2011 年春夏シーズン、生産とセールスにおける好調を予測

出展社の懸命な仕事とクリエイティビティに大いなる成果

上質な子供服/アクセサリーの国際市場は、フィレンツェのフォルテツァ・ダ・バツソ会場の第 71 回ピッティ・イマージネ・ビンボにて自信たっぷりに開幕し、閉幕した。

今回、539 コレクション (内 208 が海外コレクション) が発表され、バイヤー総数は約 7,000 人、来場者総数は 11,000 人以上 (代理店、ブローカー、サプライヤー、プレス、PR エージェント) を記録した。

期間中、クリエイティブ・エネルギー、イベントの商業的主旨やプロモーション/コミュニケーション、さらに、フォルテツァ会場内外で開催されたランウェイ・ショーやスペシャル・プロジェクトなどに共通する和やかな調和がみられた。しかし、やはり一番強い反応が感じられたのはメイン会場内で、特に、パトリシア・ウルキオラによる新レイアウト・デザインや Pop Up Stores などに代表される展示会インスタレーションの徹底したリニューアルと、展示会のセグメント方法についての評価が高かった。

「重要なバイヤーらは全員来場しており、出展社にとって最高のニュースは、期間中の受注量が増えたことでした。一つのイベントへの来場者数としては常に高い記録を出しているイベントですが、前年の 6 月に比べ、多少なりとも増加している傾向は、それだけでも素晴らしい成果であり、海外バイヤーの来場者数増加 4%と合わせると、目に見えて有意義な結果を齎したことになります。この結果は、ピッティ・ビンボが、市場に向け、常に新しい機会や発見を提供していること、また、フェア自体を刷新させる能力があること、そして業界におけるリーダー的存在であることを、裏付けました。消費者やディストリビューターがとりわけ用心深くなっている時期にこのような高い数字 (**これはヨーロッパのどのフェアよりも遥かに高い**) を記録したことは非常に価値のあることになります。企業が質の高い国際市場のパルスを感じることができるのはこのフェアだけです。実際、出展社から、新

PITTI IMMAGINE srl
via Faenza, 111 50123 Firenze

t. +39 055 36931 | f. +39 055 3693200
www.pittimmagine.com
stampa.italia@pittimmagine.com | stampa.estero@pittimmagine.com

作コレクションを生み出すために注いだ努力と質が報われるかのような、高い満足度が感じられました。」

(ピッティ・イマージネ CEO, ラファエロ・ナポレオーネ)

バイヤー総数	6,950 人
イタリア人バイヤー総数	4,400 人 : 前年同時期と同レベル
海外バイヤー総数	2,550 人 : およそ 70 ケ国 (主要と成長マーケット) から参加 3,300 のブティックや百貨店を代表

フランス (+22%)、イギリス (+10%)、ロシア (+50%)、トルコ (+42%)、韓国、ベルギー、中国、デンマークは好成績を挙げた。サウジアラビア、レバノン、アラブ首長国連邦、ヨルダン、ウクライナ、カザフスタン、チェコ共和国、ポーランド、ハンガリー、また遠くからは南アフリカ、ブラジル、オーストラリア、カナダも忘れてはならない。

下記はバイヤー来場者数ランキング上位 15 位の国々 : (2010 年 6 月 vs 2009 年 6 月)

1 位	スペイン (291 vs. 301)	9 位	トルコ (80)
2 位	ドイツ (249 vs. 255)	10 位	日本 (57 vs.63)
3 位	ロシア (201 vs. 134)	11 位	アメリカ合衆国 (54 vs.57)
4 位	フランス (190 vs. 156)	12 位	韓国 (54)
5 位	ベルギー (152 vs. 146)	13 位	オーストリア (51)
6 位	オランダ (123 vs. 120)	14 位	ウクライナ (50)
7 位	イギリス (119 vs. 109)	15 位	スイス (48 vs. 53)
8 位	ギリシャ (109 vs. 174)		

バイヤーからのコメント :

Federico Giglio, proprietor of the Giglio boutique (Palermo, Italy):

“The fair organization was excellent, there was a lot of excitement amongst the stands. People were looking at the collections with interest, there was a bubbly atmosphere. Pitti Bimbo is the only real opportunity to meet with suppliers, and it is the number one fair in the world for children’s fashion. This edition’s new layout makes you feel that the same attention paid to the Pitti Uomo collections is also being focused on childrenswear.”

Dominique Viot, Directrice, Studio Galeries Lafayette (Paris, France):

PITTI IMMAGINE srl
via Faenza, 111 50123 Firenze

t. +39 055 36931 | f. +39 055 3693200
www.pittimmagine.com
stampa.italia@pittimmagine.com | stampa.estero@pittimmagine.com

"I was very satisfied with this fair. I feel that it is constantly evolving, like fashion, and I can always find good ideas and new brands here. I particularly like the fact that so many of the various childrenswear sectors are brought together at Pitti Bimbo, from chic to casual to sporty. I was particularly struck by the printed, colorful, flowery garments: I like this easy-fashion style, beautiful clothes that are easy to wear, ideal for everyday living".

Stefan Dierksmeier, Senior Buyer, Children's Clothing, PEEK & CLOPPENBURG (Hamburg, Germany):

"Pitti Bimbo is an ideal opportunity for discovering next season's trends. I always find loads of new companies and I really like the way the collections are presented. Fashion is constantly evolving, and this fair manages to keep up with it. It is growing. I wouldn't change anything".

Abdul Wahab Al Garawi, President of the Al Garawi Kids Group (Saudi Arabia):

"At this edition of Pitti Bimbo I found an even higher level of exhibitors, with lots of brand attention and research. The fair is more organized, and the new layout has improved the viewing itinerary".

Keiji Kajiyama, Presidente of Serafino (Nishinomiya, Japan)

"This fair thrills me every time. I come to every edition to discover new brands. I very much liked the lower level of the Main Pavilion: the idea of the Pop Up Stores is brilliant. What struck me most? The considerable amount of clothing proposals, and the high level of research into fabrics".

Toshihiro Wada, Managing Director Wadahiro (Sakai, Japan):

"I liked the work carried out by designer Patricia Urquiola, there is plenty of space between the stands and that creates a very pleasant atmosphere. Inside the fair, I noticed a return to a cleaner, clearer image of childrenswear which very much reflects the demands of the Japanese market".

Barbara Molteni, buyer for Tessabit (Como, Italy)

"Pitti Bimbo is a fundamental meeting place, it is the fair everybody knows about and the contacts made here are very important. I always find numerous interesting new features. In particular, I liked the New View area where there was a lot of reflection on what, I believe, will be one of next season's main trends: the search for a clean, essential style for the childrenswear sector as well. Then there is the Cavaniglia Pavilion which always comes out on top for the sports brands".

David Naraine, proprietor of the Nallen boutiques (Sweden) :

"I have been coming to Pitti Bimbo since 1993. I think it is the best children's fashion fair in Europe, the one that guarantees the best service. I like the collections and the across-the-board way they are presented: today, it is essential to find something that continues to interest and excite people, that keeps the fashion business alive. In Sweden, kids start to get interested in fashion from an early age, the trends are fast and constantly evolving. Pitti Bimbo manages to keep up with the times".

Mok-Young, Chung, C.E.O. Ji Il Company LTD (South Korea):

“This is my first visit to Pitti Bimbo and my impression is that it is a fantastic fair. It is easy to find ideas and new names, and I think there is a good balance between quality and price. There is a broad selection of proposals in terms of styles as well as age range. Maybe this is normal in Italy, but in South Korea it is more difficult to find proposals to cover the 0 - 17 age range. This is a very interesting aspect”.