

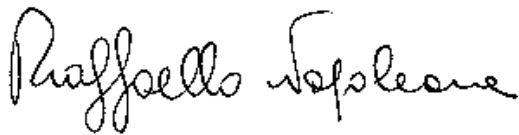
Le imprese della moda vivono tempi difficili: consumi che crescono poco o non crescono, concorrenza internazionale sempre più sofisticata e agguerrita.

Noi a Pitti Immagine crediamo che la risposta a momenti difficili sia quella di accelerare. Accelerare nella capacità innovativa e nell'utilizzo di strumenti più sofisticati di analisi e controllo del mercato che permettano di prendere decisioni avendo a disposizione le informazioni necessarie o almeno il meglio che il mercato dell'informazione economica e di marketing offre.

Il mercato dell'abbigliamento per bambini e ragazzi, fortunatamente, è oggi toccato in misura meno severa dalla crisi dei consumi, ma proprio per la sua attrattività sta cambiando rapidamente con l'ingresso di nuovi concorrenti. Tenere sotto osservazione i fenomeni che stanno trasformando questo mercato è quindi di grande importanza, sia per le imprese che vi operano, sia per quelle che lo guardano come possibile terreno di diversificazione.

Pitti Immagine guarda prima di tutto ai suoi espositori - che hanno come mercato di sbocco principalmente il canale dei negozi multimarca - e ha quindi accolto con interesse la proposta di Hermes Lab e Dimark di mettere sotto la lente di ingrandimento proprio il canale multimarca.

Siamo lieti di promuovere il lancio del Rapporto in occasione della 68esima edizione di Pitti Immagine Bimbo.

A handwritten signature in black ink, reading 'Raffaello Napoleone'. The script is fluid and cursive, with the first name 'Raffaello' being more prominent and the last name 'Napoleone' following in a similar style.

Raffaello Napoleone
Amministratore Delegato
Pitti Immagine srl