

La Moda Italiana@Chic

Grande soddisfazione e feedback molto positivi per il terzo appuntamento con LA MODA ITALIANA al salone CHIC Shanghai, dal 15 al 17 Marzo 2017. Il progetto espositivo di Ente Moda Italia e Agenzia ICE ha reso protagonisti 40 marchi italiani di abbigliamento, accessori e calzature, in sinergia con Sistema Moda Italia e Assocalzaturifici e grazie al supporto del MISE.

Tre giorni intensi di lavoro e grande affluenza di operatori del settore: il mercato cinese si conferma molto ricettivo e dalle ottime potenzialità per il prodotto moda italiano.

Lo stile e la moda **Made in Italy** sono stati grandi protagonisti del salone CHIC - dal 15 al 17 Marzo 2017, al "National Exhibition & Convention Center", nuovissimo quartiere fieristico di Shanghai - grazie alla terza edizione di **La Moda Italiana@CHIC**, il progetto espositivo dedicato alle aziende italiane nato dalla sinergia tra **Ministero dello Sviluppo Economico del Governo Italiano, ICE-Agenzia, Ente Moda Italia, Sistema Moda Italia e Assocalzaturifici**.

Il salone CHIC è riuscito ad attrarre **circa 108.000 operatori** a questa edizione, provenienti da oltre **60 paesi e regioni**, tra **Cina** e gli altri principali **mercati asiatici** limitrofi.

Negli stessi giorni e nella stessa location di LA MODA ITALIANA è andata in scena a Shanghai anche **Milano Unica Cina** - il salone dedicato al tessile italiano, la cui concomitanza e sinergia è stata ancora una volta un punto di forza nella riuscita dei saloni.

Dopo il successo delle prime due edizioni, ancora un altro risultato molto positivo per la partecipazione italiana a CHIC, con feedback ottimi tra gli operatori del mercato cinese intervenuti, e grande soddisfazione tra le aziende partecipanti. All'interno dell'area "**La Moda Italiana**" - collocata nel centro dell'area internazionale, Padiglione 2 - sono stati **40 i brand d'eccellenza della moda italiana**, in scena con le loro collezioni autunno/inverno 2017/2018 di abbigliamento, calzature e accessori uomo, donna e bambino.

*"C'è grande soddisfazione per questa terza edizione de La Moda Italiana@CHIC - dice **Alberto Scaccioni, amministratore delegato di Ente Moda Italia** - abbiamo lavorato con grande energia a costruire un'offerta di marchi e aziende di qualità, e possiamo dire che è stata decisamente un successo. La grande affluenza dei giorni di salone e i risultati raccolti dalle nostre aziende hanno confermato le aspettative che avevamo assieme ai nostri partner - **Ministero dello Sviluppo Economico, ICE, Sistema Moda Italia e Assocalzaturifici** - e hanno ripagato l'impegno crescente dei brand italiani che hanno aderito al progetto. Il format espositivo e il lavoro promozionale fatto in stretta collaborazione con ICE - sia sul layout dell'area italiana, sia sul fronte degli investimenti sull'incoming di operatori cinesi provenienti dalle diverse regioni della Cina e dai paesi limitrofi - nei fatti hanno rappresentato uno slancio in avanti per l'immagine italiana al più importante salone cinese. Si tratta di un'operazione sempre più strategica sulla Cina, su un mercato che sempre di più si dimostra pronto a un prodotto moda di livello alto e al tempo stesso con un rapporto qualità-prezzo interessante. E la concreta sinergia tra i principali soggetti che lavorano sulla promozione internazionale della moda italiana, a partire proprio dal sostegno importante che ci arriva dal Ministero dello Sviluppo Economico e dagli uffici ICE di Shanghai, sono un asset strategico su cui continuare a investire con forza".*

"L'ICE Agenzia - ha sottolineato il Direttore Generale, **Piergiorgio Borgogelli** - ha realizzato nuovamente "La Moda italiana" al Salone Chic di Shanghai insieme ad Ente Moda Italia, Sistema Moda Italia e Assocalzaturifici. Gli espositori italiani hanno potuto beneficiare del lavoro di squadra dell'intera rete degli Uffici ICE in Cina, che hanno selezionato buyer ed operatori attivi nei segmenti di mercato strategici per il made in Italy. Un'attività strategica che punta alla promozione trasversale del total look e della filiera moda italiana, inserita in un piano di ampio respiro che evolve verso nuove tappe e azioni promozionali all'avanguardia che ICE mette in campo per le imprese. La continua sinergia tra i partner promotori del progetto si traduce, per le aziende italiane partecipanti, nella possibilità di costruire un capitale di relazioni d'affari con gli operatori di uno dei mercati internazionali più dinamici. La Cina è infatti uno degli obiettivi principali della strategia di promozione dell'internazionalizzazione messa in campo dall'ICE nel 2017. Un progetto ambizioso che portiamo avanti quadruplicando le risorse investite e puntando su un approccio omnichannel, unendo strumenti ed azioni commerciali tradizionali al marketing evoluto attraverso canali digitali e servizi tailor made per radicare la presenza delle nostre imprese all'estero. Un ulteriore passo avanti verso le nuove prospettive di sviluppo sul mercato cinese per le piccole e medie imprese della moda italiana".

"Quello cinese è un mercato che offre alle aziende italiane interessanti opportunità ma, al tempo stesso, presenta alcuni elementi di complessità", afferma **Claudio Marenzi, Presidente di SMI**. "Certamente dobbiamo lavorare ancora, ma sono convinto che nel lungo periodo le aziende italiane riusciranno ad ottenere il giusto posizionamento anche sul mercato cinese. Perché ciò accada è necessario che ricevano adeguato sostegno e faremo la nostra parte supportando tutte quelle iniziative in grado di rappresentare per il comparto un aiuto concreto -

"Il successo della ventisettesima edizione di Moda Italiana@CHIC a Shanghai è il risultato dell'ottimo lavoro di squadra tra i protagonisti di questa iniziativa" – **dichiara Annarita Pilotti, presidente di Assocalzaturifici**. "Una straordinaria operazione di sistema che ha consentito alle aziende del settore calzaturiero di continuare a presidiare questo mercato ampio e complesso, perché caratterizzato da logiche distributive differenti da quelle europee. Un successo che premia anche la caratteristica distintiva che abbiamo voluto imprimere fin dall'inizio, puntando sulla qualità - qualità dei prodotti presentati ma anche dell'evento, costruito selezionando accuratamente aziende espositrici e buyer - poiché riteniamo che sia questa la strada per cogliere, con beneficio di tutti, le straordinarie potenzialità di business offerte dalla Cina".

Tanta attenzione e partecipazione anche per gli **eventi** e le **iniziative speciali** in programma durante il salone, coordinati da **Agenzia ICE – ufficio di Shanghai**. In particolare, le **speciali sfilate collettive firmate LA MODA ITALIANA**, che hanno visto salire sulla passerella della **Fashion Show Area** (Hall 2 / Stand D110) i capi e gli accessori delle aziende partecipanti a questa edizione.

I marchi protagonisti a questa terza edizione sono stati:

ACCADEMIA | BILLIE JEAN | CARNEVALE ITALY 1951 | CASHEART | CINTELLI E GALLUZZO | COMPLIT | DIS | DOLCEPUNTA | EBARRITO | FALCOTTO | FERRUCCIO VECCHI | FIORE SASSETTI | FONTANI | GALLIA | GEORGETTE | GIORGIO GRATI | GIOVANNI FABIANI | GRANDIFUR | ITALO FERRETTI | KASH | KHRIO' | LACOMPEL DI ANDREA LANDI | LANE D'OLIMPIA | LORIBLU | MANZONI24 | MARIADELEMILANO | NATURINO | POMIKAKI | ROYAL ROW | SOFIAG | ST.GEORGES | STEFANO CORSINI | ST-SANTANDREA | SUPREMA | THIERRY RABOTIN | VALENTINO ORLANDI | VITTORIO SPERNANZONI | VIZIO | VOILE BLANCHE | ZODIACO.

E.M.I. Ente Moda Italia s.r.l.

Via Faenza 109 - 50123 Florence

tel. +39.055.214835 fax +39.055.288326

www.emimoda.it Email contact: firenze@emimoda.it

Press office contact roberto.ruta@pittimmagine.com