

## **Grande soddisfazione e ottimismo per la prima partecipazione di Ente Moda Italia al salone *Centrestage* di Hong Kong: feedback positivi per i brand italiani protagonisti del progetto espositivo “La Moda Italiana”, il salone si conferma fashion-hub per la moda creativa e per il business sui mercati del Far-East**

**Sabato 8 settembre si è conclusa con grande successo l'edizione 2018 di CENTRESTAGE**, uno dei più importanti e innovativi format dedicati alla moda in Asia, andato in scena negli spazi dell'Hong Kong Convention and Exhibition Center, a cui **EMI ha partecipato per la prima volta** con una selezione di **11 brand italiani**.

L'evento di quattro giorni (5-8 settembre), organizzato dall'**Hong Kong Trade Development Council (HKTDC)**, ha portato nella metropoli cinese **230 marchi** provenienti da 22 paesi, attirando **8.700 compratori da 80 regioni del mondo**: numeri in crescita del **+2,4% rispetto allo scorso anno**.

A questa edizione i **buyer asiatici hanno rappresentato il 35% del totale**, con importanti performance di presenze da **Cina continentale e dai paesi ASEAN**.

*“Dopo una prima partecipazione promozionale e di networking - dice **Alberto Scaccioni, amministratore delegato di Ente Moda Italia** – questa edizione di Centerstage è stata la prima in cui abbiamo presentato le collezioni di una selezione di aziende italiane, che da subito ci hanno dato feedback molto positivi sul salone. E' una piattaforma in crescita, sia in termini di dimensioni sia di importanza come evento moda nell'area Asia-Pacifico, e il suo format che unisce esposizione a eventi, sfilate, presentazioni, seminari e incontri b-to-b, è sicuramente una modalità innovativa e vincente su questi mercati. Il ruolo di Hong Kong come hub per la moda e il lifestyle è innegabile, e lo dimostra la presenza di compratori da tutto il mondo. Anche se l'evento è giovane, gli organizzatori di HKTDC hanno una solida esperienza nell'organizzazione di eventi internazionali, e per le aziende italiane partecipare a Centerstage rappresenta un'opportunità reale di sviluppo del proprio business”.*

Nei giorni del salone c'è stata anche la visita di **Clemente Contestabile, Console Generale Italiano a Hong Kong**, che ha apprezzato le collezioni delle aziende italiane capitanate da EMI e il lavoro di promozione fatto sul mercato locale e quelli limitrofi.

Ecco gli **11 marchi italiani** che sono stati protagonisti nei moderni spazi dell'**Hong Kong Convention and Exhibition Center**: **ANNECLAIRE, CARDITOSALE, CHIARA ALLEGRANZI – MILANO, CHICCA LUALDI BEEQUEEN, COLLIROSSI, COMPLIT, EYELET MILANO, MORA1962, SGUARDI, THE PACKING MAN e VIAMONTENAPOLEONE**.

**EMI - ENTE MODA ITALIA**, è la società creata nel 1983 su iniziativa di Sistema Moda Italia e del Centro di Firenze per la Moda Italiana per promuovere, diffondere e valorizzare il Made in Italy all'estero. Nell'ambito di questa missione, EMI organizza la partecipazione di qualificate aziende italiane ad alcune delle più importanti manifestazioni fieristiche internazionali, tra queste **Italian Fashion @ CPM Collection Première Moscow, Italian Fashion @ NY Women's – Coterie, Edit a New York, Italian Fashion @ Project Womens a Las Vegas, Italian Fashion @ Central Asia Fashion ad Almaty (Kazakhstan), La Moda Italiana @ CHIC a Shanghai, La Moda Italiana @ CENTRESTAGE a Hong Kong e La Moda Italiana @ Magic Japan a Tokyo**.

XXXXXXXXXX CENTRO  
XXXXXXXXXX DI  
XXXXX  
XXXXX XXX FIRENZE  
XXX XXXX PER LA  
XX XXXX MODA  
XXXXXXXXXX  
1954XXXXXXXX ITALIANA

**smi** SISTEMA  
MODA  
ITALIA  
FEDERAZIONE TESSILE E MODA