LA MODA ITALIANA @ CENTRESTAGE Hong Kong

Dal 2 al 5 settembre 2026 presso l'Hong Kong Convention & Exhibition Centre, EMI torna ad accendere i riflettori sull'alta qualità e la creatività della moda italiana in collaborazione con Assocalzaturifici, Assopellettieri e Confindustria Moda.

In scena una selezione di sei brand italiani, per un'edizione ricca di eventi e occasioni di networking, strategici per promuoversi sui mercati asiatici e non solo.

Giunta alla sua 11° edizione, organizzata da Hong Kong Trade Development Council (HKTDC), **CENTRESTAGE torna dal 2 al 5 settembre 2026 presso l'Hong Kong Convention and Exhibition Centre** (HKCEC), e si conferma una delle principali manifestazioni dedicate alla moda in Asia, ospitando quest'anno oltre 270 brand provenienti da 24 paesi e regioni.

Grazie a una forte visione internazionale, l'evento riafferma ancora una volta il ruolo strategico di Hong Kong come hub moda e punto di contatto tra brand e talenti della moda mondiale e i migliori retailer dell'area asiatica. L'edizione 2026 presenta un ricco programma articolato in aree tematiche – *Craftsmanship, Contemporary, Urban, Athleisure, Circular Fashion, Accessories***,** pensate per interpretare le nuove tendenze del lifestyle contemporaneo – assieme a sfilate e seminari dedicati alle principali tendenze del settore.
La formula di CENTRESTAGE prevede la partecipazione sia B2B che B2C, ovvero di buyer alla ricerca di nuovi brand e opportunità di business – operatori premium soprattutto da Hong Kong e Mainland China, ma anche area ASEAN come Malesia, Singapore, Indonesia, Giappone, Australia, e ancora da Middle East, Nord America ed Europa – e al tempo stesso di appassionati che vogliono scoprire le ultime tendenze, con l'intento di sviluppare un legame diretto tra brand e consumatore finale.

L'**alta qualità e la creatività della moda italiana** saranno protagoniste grazie al progetto espositivo **La Moda Italiana@CENTRESTAGE,** coordinato da **Ente Moda Italia** in collaborazione con **Assocalzaturifici, Assopellettieri** e **Confindustria Moda**.
Per le aziende italiane sarà un'occasione unica di presentarsi al meglio sui mercati asiatici: sotto i riflettori brand e collezioni che esprimono le diverse anime del prodotto Made in Italy, dalla camiceria sofisticata al premium denim, fino a borse e calzature ad alto tasso d'artigianalità e all'urban contemporaneo dall'anima sostenibile.

Ecco i sei brand italiani che partecipano a questa edizione: **EKLAM, KARL MOMMOO HOMME, MABELLINI, PARMEGGIANI, RESINA 1927** e **WINOUT**.

Nei quattro giorni di CENTRESTAGE, le aziende italiane parteciperanno anche al programma di *Business Matching*, che prevede l'organizzazione di appuntamenti one-to-one con i migliori buyer che partecipano all'evento.

La nostra presenza a Hong Kong" - ***dice Alberto Scaccioni, amministratore delegato di Ente Moda Italia*** *- "è un'occasione importante per le piccole e medie imprese italiane di presentare le loro collezioni e valorizzare la qualità del loro prodotto sulla scena asiatica e sui mercati limitrofi ad alto potenziale. CENTRESTAGE è una piattaforma dinamica, in continuo rinnovamento e con una grande proiezione internazionale, che permette alle aziende di avere contatti di business efficaci, e al tempo stesso di sviluppare occasioni di networking sempre più strategiche nell'attuale contesto economico. E la collaborazione sinergica con partner come* ***Assocalzaturifici, Assopellettieri*** *e* ***Confindustria Moda*** *è un fattore decisamente strategico, che ci permette di concretizzate l'obiettivo comune di una promozione di qualità della moda del nostro paese."*

«La partecipazione di Assocalzaturifici a CENTRESTAGE – ***dice Giovanna Ceolini, Presidente Assocalzaturifici*** *– significa ribadire, anche in momenti di forte incertezza, l'importanza strategica di Hong Kong per il Made in Italy calzaturiero, un mercato che nel 2025 ha assorbito oltre 280 milioni di euro di calzature italiane per oltre 1 milione e 300 mila paia in volume (più di Giappone e Corea del Sud) e rappresenta la seconda area di sbocco dopo la Cina continentale, di cui ormai è del resto parte integrante".*
In un contesto internazionale ancora complesso, Hong Kong rappresenta non solo un mercato di riferimento per i brand italiani, ma soprattutto una piattaforma privilegiata per sviluppare nuove opportunità commerciali in Asia.
CENTRESTAGE, con la sua forte vocazione internazionale, può quindi svolgere un ruolo di vero e proprio ponte verso il Sud-Est asiatico e verso la Cina meridionale, aree caratterizzate da una crescente attenzione per qualità, design e posizionamento premium.
È in questa prospettiva che Assocalzaturifici considera la manifestazione un appuntamento importante per accompagnare le aziende verso una maggiore diversificazione geografica dell'export e per valorizzare nel mercato asiatico l'unicità del Made in Italy.»

Claudia Sequi, Presidente di Assopellettieri:
"Per la pelletteria italiana, l'Asia continua a rappresentare un mercato strategico, nel quale è fondamentale mantenere un presidio qualificato anche attraverso iniziative sinergiche come La Moda Italiana@CENTRESTAGE. I dati più recenti ne confermano l'importanza: nel primo trimestre del 2026 l'export italiano di pelletteria verso Hong Kong è tornato a crescere, registrando un +12,2%, a conferma del ruolo dell'area come hub privilegiato per intercettare buyer e operatori di tutta l'Asia. Anche nel medio periodo le dinamiche si mantengono positive: Giappone e Corea del Sud, rispettivamente terzo e quarto mercato di destinazione dell'export italiano di pelletteria, hanno registrato dal 2019 a oggi incrementi nell'ordine del 45-50%. In questo contesto, Assopellettieri sostiene dunque La Moda Italiana@CENTRESTAGE nella convinzione che presentarsi come sistema Paese, attraverso iniziative coordinate e di forte impatto, rappresenti una leva competitiva fondamentale per rafforzare la presenza del Made in Italy sui mercati ad alto potenziale, generare nuove opportunità di business e consolidare relazioni strategiche con gli operatori dell'area."

Silvana Pezzoli, Presidente EMI e Vice Presidente Vicario Confindustria Moda*:*
«I dati di Confindustria Moda su fonte ISTAT evidenziano la rilevanza dei mercati asiatici per la moda italiana: nei primi quattro mesi del 2026 l'export di abbigliamento verso Hong Kong ha raggiunto i 365,7 milioni di euro, con una crescita dell'11% rispetto allo stesso periodo del 2025. Un risultato che conferma l'interesse per la moda italiana e il ruolo di Hong Kong come interlocutore strategico per il Made in Italy.
Anche la Cina e il Giappone si confermano mercati di riferimento per le nostre imprese: nei primi quattro mesi del 2026 l'export verso la Cina ha raggiunto i 537,7 milioni di euro e quello verso il Giappone i 265 milioni. La presenza di La Moda Italiana@CENTRESTAGE nasce proprio dalla volontà di rafforzare il dialogo con questi mercati e offrire alle nostre imprese nuove opportunità di incontro e sviluppo commerciale.
La partecipazione a CENTRESTAGE rappresenta un'importante occasione per avvicinare le imprese italiane a una rete di operatori e buyer provenienti dai principali Paesi della regione e rafforzare relazioni commerciali destinate a svilupparsi nel tempo. In un'area così dinamica e articolata come quella asiatica, essere presenti significa creare nuove connessioni e portare la qualità e la creatività della moda italiana a confronto con nuove realtà internazionali.»