Italian Fashion Days in Korea

Al via la nuova edizione di ITALIAN FASHION DAYS IN KOREA, in scena dal 1° al 3 luglio 2026 presso The Platz di Coex, il più conosciuto centro espositivo di Gangnam, nel cuore di Seoul, con 52 brand italiani protagonisti e il debutto di Italian Kids Fashion, la nuova sezione dedicata al bambino. Gli Italian Fashion Days sono organizzati da Ente Moda Italia, Associazione Italiana Pellicceria, Assocalzaturifici, Assopellettieri, Confindustria Moda, in partnership con Bottega Italia e con il supporto di ICE e dell'Ambasciata Italiana a Seoul.

Il progetto prosegue con successo la sua missione di presentare l'eccellenza delle piccole e medie aziende italiane al mercato coreano, con ben 52 brand italiani presenti in questa edizione.

Torna a Seoul, dal **1° al 3 luglio 2026**, **Italian Fashion Days in Korea**, il progetto espositivo dedicato alla promozione dell'eccellenza manifatturiera italiana sul mercato coreano. L'evento si svolgerà presso **The Platz**, all'interno del **Coex**, il principale centro espositivo del distretto di Gangnam, cuore commerciale e fashion della capitale sudcoreana.
L'iniziativa conferma la propria missione di favorire l'incontro tra le piccole e medie imprese italiane e gli operatori del mercato coreano, presentando una selezione di collezioni di abbigliamento, capospalla, calzature, accessori e pelletteria.

Tra le novità di questa edizione, il debutto di **Italian Kids Fashion**, la nuova sezione dedicata al bambino. Saranno 9 i brand italiani di abbigliamento e calzature, tra i più importanti del settore, che presenteranno le proprie collezioni al mercato coreano, dove la spesa dedicata ai figli coinvolge l'intera famiglia e cresce l'attenzione verso prodotti di qualità, dal design distintivo e dalla forte identità. Si conferma solida la presenza dei brand donna, che continuano a rappresentare uno dei punti di forza dell'offerta italiana grazie a collezioni capaci di coniugare ricerca stilistica, qualità manifatturiera e attenzione alle tendenze contemporanee. Cresce invece la rappresentanza della moda uomo, con un'offerta che include sempre più proposte total look e testimonia il dinamismo di un comparto in continua evoluzione, sempre più apprezzato dal mercato coreano.

Anche questa edizione di **Italian Fashion Days in Korea** è realizzata **in stretta collaborazione tra Ente Moda Italia, Associazione Italiana Pellicceria, Assocalzaturifici, Assopellettieri, Confindustria Moda** e in partnership con **Bottega Italia**. La manifestazione, fortemente voluta dall'**Ambasciata Italiana a Seoul,** è realizzata con il supporto di **ICE** che coordina la promozione in loco e contribuisce al progetto anche attraverso la piattaforma digitale **ICE Fiere Smart 365**, dedicata a dare visibilità alle aziende italiane sui mercati internazionali. Anche la **Regione Puglia** supporta la manifestazione presentando una selezione speciale di aziende dedicate alla moda uomo e donna.

Il programma della manifestazione prevede inoltre una serie di iniziative dedicate all'approfondimento del mercato e al networking tra operatori italiani e coreani.

In apertura, il **1° luglio**, si terrà il talk panel **"Korea – Trend e strategie per l'approccio al mercato"**, moderato da **Alberto Mondi** e con la partecipazione di designer, distributori, imprenditori e analisti coreani. L'incontro offrirà una panoramica aggiornata sulle tendenze del mercato locale e strumenti utili alle aziende italiane per definire le future strategie di sviluppo dei propri brand in Corea.

Il **2 luglio** sarà invece la volta del **Networking Event**, che riunirà aziende italiane, buyer, giornalisti e influencer coreani presso **High Street Italia**, creando ulteriori opportunità di incontro e sviluppo commerciale.

Per tutta la durata della manifestazione, grazie alla collaborazione tra **ITA** ed **EMA – Elite Model Agency**, le nuove collezioni saranno valorizzate attraverso **Model Performances** e sessioni di **live photo shooting** con modelli coreani, offrendo ai visitatori una presentazione dinamica e coinvolgente dei prodotti esposti.

A completare l'esperienza in fiera sarà presente una **Italian Lounge**, sponsorizzata da **Dicaf – Espresso Italiano** e **Mokavit**, pensata come spazio dedicato agli incontri professionali e alle attività di relazione tra espositori e operatori del settore.

*"EMI prosegue il proprio percorso di investimento nel mercato coreano. In questa edizione della manifestazione saranno 52 i brand partecipanti – **dichiara Alberto Scaccioni, amministratore delegato di Ente Moda Italia** – a conferma del forte interesse suscitato dall'iniziativa. Il debutto di Italian Kids Fashion rappresenta un importante passo avanti nel percorso di crescita del progetto: l'ingresso di un nuovo comparto e la risposta positiva delle aziende coinvolte ci consentono di ampliare la proposta espositiva e di rispondere in modo sempre più efficace alle richieste del mercato. I numeri di questa edizione ci rendono fiduciosi e confermano il ruolo della manifestazione come piattaforma di riferimento per la promozione della moda italiana in Corea."*

*"Il mercato coreano rappresenta una destinazione strategica per i prodotti delle aziende italiane della pellicceria, perché coniuga attenzione alla qualità, sensibilità al design e interesse per l'eccellenza manifatturiera del Made in Italy - **dice Roberto Tadini, Presidente AIP Associazione Italiana Pellicceria** -. In questo scenario, l'iniziativa fieristica promossa da EMI assume un valore concreto e rilevante, offrendo alle nostre imprese un'importante occasione di visibilità, relazione e sviluppo commerciale in un mercato ad alto potenziale."*

***"**La Corea, nonostante il recente rallentamento della domanda, si conferma uno dei mercati più strategici e dinamici per la calzatura italiana: un Paese che riconosce e premia con straordinaria sensibilità la qualità manifatturiera, l'eccellenza dei materiali e l'identità stilistica che fanno del nostro Made in Italy un riferimento assoluto a livello mondiale – **dichiara Giovanna Ceolini, Presidente di Assocalzaturifici -.** Italian Fashion Days è molto più di una vetrina: è una*

piattaforma decisiva per le nostre aziende, in larghissima parte piccole e medie imprese che custodiscono un patrimonio unico di saper fare artigianale, per affermarsi su un mercato dall'enorme potenziale e costruire relazioni commerciali solide e durature. Crediamo fermamente in iniziative come questa, autentici motori di internazionalizzazione, e continueremo a investire con determinazione per accompagnare le nostre imprese alla conquista dei mercati

che contano."

"Secondo i dati dell'Ufficio Studi Economici di Confindustria Moda, nel 2025 l'export italiano di abbigliamento verso la Corea del Sud ha raggiunto gli 833,1 milioni di euro. Pur in un contesto di rallentamento rispetto all'anno precedente, la Corea del Sud si conferma uno dei mercati più interessanti dell'Asia per il Made in Italy, grazie a consumatori sempre più orientati verso qualità, creatività e autenticità - ***afferma Silvana Pezzoli, Presidente EMI e Vice Presidente Vicario Confindustria Moda*** *-. Particolarmente incoraggiante è il risultato della moda junior: nel primo trimestre 2026 l'export italiano del comparto verso la Corea del Sud ha registrato una crescita del 102,5%, confermando l'interesse del mercato per un'offerta che coniuga eccellenza manifatturiera, sicurezza, stile e innovazione. Il debutto di* ***Italian Kids Fashion*** *nell'ambito degli Italian Fashion Days nasce proprio dalla volontà di accompagnare questa evoluzione e offrire alle nostre imprese nuove opportunità di sviluppo in un segmento ad alto potenziale. In un contesto internazionale ancora complesso, iniziative come Italian Fashion Days rappresentano uno strumento concreto per sostenere l'internazionalizzazione delle piccole e medie imprese e rafforzare la presenza della filiera italiana sui mercati strategici. È attraverso una promozione sempre più mirata e la valorizzazione delle eccellenze del Made in Italy che possiamo consolidare la competitività del nostro Sistema Moda nel mondo."*

"La Corea del Sud non è solo il quarto mercato di destinazione dell'export della pelletteria italiana, con 741 milioni di euro nel 2025: è anche il secondo mercato mondiale per valore medio dell'export, un dato che racconta meglio di qualsiasi altro la qualità del dialogo tra i nostri prodotti e il consumatore coreano - sostiene ***Claudia Sequi, Presidente Assopellettieri -.*** *Un consumatore tra i più sofisticati e ricettivi al mondo, che porta con sé questa sensibilità anche quando viaggia, contribuendo ai consumi in Giappone, terzo mercato per la pelletteria italiana. Per Assopellettieri, presidiare questo mercato con continuità attraverso gli Italian Fashion Days in Korea è una scelta strategica. In un momento di forte discontinuità negli scenari globali, mantenere il presidio sui mercati strategici non è solo una priorità: è una condizione necessaria. La Corea, inoltre, esercita una funzione di traino sull'intera area, orientando gusti e consumi verso mercati ancora in fase di sviluppo come quelli del Sud-Est asiatico. In questo contesto, presentarsi come sistema Paese in manifestazioni coordinate e di forte impatto non è una scelta organizzativa, ma una leva competitiva. È così che il Made in Italy costruisce autorevolezza e visibilità duratura sui mercati internazionali."*

EMI - ENTE MODA ITALIA, è la società creata nel 1983 su iniziativa di Confindustria Moda 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.

E.M.I. Ente Moda Italia s.r.l.
Via Faenza 109 - 50123 Firenze
tel. +39.055.214835
fax. +39.055.288326
www.emimoda.it
email: **firenze@emimoda.it**
press office: **ruta@pittimmagine.com**