

**LA MODA ITALIANA @ CENTRESTAGE:
dal 10 al 12 settembre
presso l'Hong Kong Convention & Exhibition Centre,
Ente Moda Italia accende i riflettori sulle nuove collezioni di alcuni brand italiani
nel mercato asiatico, in collaborazione con Assocalzaturifici.
Molte le aspettative per la nuova edizione del progetto
che torna finalmente in presenza dopo la passata edizione virtuale**

CENTRESTAGE, il principale evento di moda asiatico, torna a settembre per la sua sesta edizione, che si svolgerà in formato fisico dal 10 al 12 settembre presso l'Hong Kong Convention and Exhibition Centre. Organizzato dall'Hong Kong Trade Development Council, lo show presenta più di 200 marchi provenienti da oltre 20 paesi e quasi 30 eventi di moda, offrendo una piattaforma ideale attraverso la quale marchi e designer possono mostrare la loro creatività e dimostrare la loro resilienza nel superare le recenti sfide. Per la prima volta, lo show sarà aperto sia agli operatori del settore che al pubblico per tutta la durata dell'evento.

Grazie al progetto **La Moda Italiana @ Centrestage**, realizzato da **Ente Moda Italia** in stretta **collaborazione con Assocalzaturifici**, l'Italia sarà rappresentata da due importanti aziende italiane di calzature: **Thierry Rabotin**, la cui alta qualità dei materiali usati e la scrupolosa attenzione al dettaglio hanno portato da subito un forte riconoscimento internazionale, e **Valentino Shoes**, brand dell'azienda Romit che nasce per rispondere al bisogno dell'uomo contemporaneo di calzare una scarpa raffinata e moderna, adatta a tutte le occasioni. A causa delle restrizioni di viaggio che rimangono in vigore tra Hong Kong e il resto del mondo, i brand italiani partecipano in fiera con il supporto di partner locali.

Questa edizione del salone avrà come tema centrale il "Capitolo Infinito", per incoraggiare gli operatori del settore moda ad adottare approcci creativi e a riaccendere la loro ispirazione nell'era della pandemia, esplorando le innumerevoli opportunità che si presentano. L'evento sarà caratterizzato da tre zone tematiche: **ALLURE** - che rappresenta l'artigianato, la raffinatezza e l'eleganza; **ICONIC** - che espone design all'avanguardia; e **METRO** - che mostra espressioni contemporanee e minimaliste della vita urbana.

Lo show sarà trasmesso in livestreaming attraverso il sito web **CENTRESTAGE** e le piattaforme di social media Facebook e Instagram, utilizzando effetti di realtà aumentata per migliorare l'esperienza visiva online.

*“La nostra presenza a Hong Kong è un’occasione importante per le piccole e medie imprese italiane di presentare le loro collezioni e valorizzare la qualità del loro prodotto”, dice **Alberto Scaccioni**, amministratore delegato di Ente Moda Italia. “Lo show torna finalmente in presenza, dopo una precedente edizione virtuale, e questo è un forte segnale di ripresa nel settore fieristico internazionale. Anche se ancora le aziende italiane non possono viaggiare fisicamente, le nostre partnership con agenti e distributori locali sono sempre più forti. Così come la collaborazione sinergica con Assocalzaturifici, con cui condividiamo l’obiettivo di una promozione di qualità della moda del nostro paese.”*

*“In un momento in cui il mercato cinese è ripartito, trainato dai consumi interni e dalla revenge spending, Hong Kong rimane un punto strategico, importantissimo per consolidare la distribuzione commerciale nel sud est asiatico – **dichiara Siro Badon, Presidente Assocalzaturifici e MICAM Milano.** - Certamente vive un momento difficile anche a causa della limitata possibilità di movimento dei turisti dovuta alla pandemia, tuttavia è ancora l'hub attraverso cui pesare e agganciare la ripresa della domanda interna del consumatore cinese high spending. Nei primi 5 mesi 2021 l'Italia ha esportato verso Hong Kong 609mila paia di calzature, per un valore superiore ai 103 milioni di euro, con recuperi del +8,3% in quantità e del +25,7% in valore sull'analogo periodo 2020. Occupa il 12° posto nella graduatoria dei principali mercati di sbocco dell'export italiano calzature in valore.”*

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 Days in South Korea, Italian Fashion @ Liberty Fairs Miami, La Moda Italiana @ Almaty (Kazakhstan), La Moda Italiana @ Kiev, La Moda Italiana @ CENTRESTAGE a Hong Kong e La Moda Italiana @ Project Tokyo.

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

Con il supporto di:

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

