Ottimi riscontri per LA MODA ITALIANA @ CENTRESTAGE Hong Kong, in scena dal 2 al 5 settembre 2026 presso l'Hong Kong Convention & Exhibition Centre.
Quattro giorni di incontri, networking e nuove opportunità di sviluppo sui mercati asiatici per le sei aziende italiane protagoniste del progetto coordinato da Ente Moda Italia.

Si chiude con un riscontro positivo l'edizione 2026 di **CENTRESTAGE**, la manifestazione organizzata da Hong Kong Trade Development Council (HKTDC) che dal 2 al 5 settembre 2026 ha riunito all'Hong Kong Convention & Exhibition Centre brand, buyer e professionisti della moda internazionale.

A Hong Kong, **La Moda Italiana @ CENTRESTAGE**, il progetto espositivo coordinato da **Ente Moda Italia** in collaborazione con **Assocalzaturifici, Assopellettieri e Confindustria Moda**, ha portato in scena sei brand italiani - **EKLAM, KARL MOMMOO HOMME, MABELLINI, PARMEGGIANI, RESINA 1927** e **WINOUT** - offrendo alle aziende quattro giornate intense di incontri con buyer, stampa e influencer.

Un'esperienza caratterizzata soprattutto dalla qualità delle relazioni e dalla possibilità di sviluppare nuovi contatti commerciali sui mercati internazionali. Particolarmente positivo il riscontro per il programma di **Business Matching**, che ha permesso alle sei aziende italiane di partecipare complessivamente a **50 appuntamenti one-to-one** pre-organizzati dalla manifestazione con buyer internazionali, selezionati tra operatori di primo piano provenienti dall'Asia e dal Nord Europa.

Tra gli operatori incontrati figurano **B1OCK e Triple-Major dalla Cina, Abahouse International, Shinzone e Daimaru dal Giappone, I.T da Hong Kong, Musinsa dalla Corea del Sud e Metro da Singapore**, oltre a importanti realtà europee come **Concrete di Amsterdam e Firmament Berlin**. Significative anche le presenze di operatori provenienti da **Malesia, Indonesia, Thailandia e Mainland China**, a conferma dell'ampiezza internazionale della piattaforma.

Il programma di incontri ha evidenziato ancora una volta il ruolo strategico di **Hong Kong come porta di accesso alla Cina e ai mercati ASEAN**, aree che presentano importanti opportunità di sviluppo per la moda italiana. La combinazione di una forte vocazione internazionale, un ambiente business-oriented, un sistema legislativo favorevole agli scambi e una consolidata esperienza nel settore fashion rende Hong Kong una piattaforma particolarmente efficace per entrare in contatto con operatori e interlocutori di diversi mercati dell'area.

Accanto alla dimensione più strettamente business, CENTRESTAGE ha confermato anche una forte componente dedicata all'immagine, alla ricerca e alla creatività. **Oltre 30 tra**

sfilate e seminari hanno animato la manifestazione dalla mattina alla sera, creando occasioni di incontro e confronto sui temi e sulle tendenze che stanno trasformando il fashion system internazionale.

“Anche questa edizione di CENTRESTAGE ha confermato il valore di Hong Kong come piattaforma internazionale strategica per la moda italiana” – dice **Alberto Scaccioni, amministratore delegato di Ente Moda Italia** – “capace di mettere in relazione le nostre aziende con operatori qualificati provenienti dai principali mercati asiatici e internazionali. I numerosi incontri e, in particolare, gli appuntamenti di Business Matching hanno rappresentato un’importante occasione per costruire nuovi contatti e relazioni da sviluppare nel tempo. È proprio attraverso queste piattaforme e una presenza internazionale costante che possiamo continuare a sostenere il percorso di internazionalizzazione delle imprese e valorizzare la qualità e la creatività del Made in Italy sui mercati a maggiore potenziale.”