

ITALIAN FASHION DAYS IN SOUTH KOREA.

Dal 17 al 20 febbraio presso lo spazio High Street Italia, Ente Moda Italia, Associazione Italiana Pellicceria, Assocalzaturifici e Sistema Moda Italia, con il supporto di ICE, accendono i riflettori sulle nuove collezioni di 26 brand italiani.

Il progetto porta avanti la sua missione di presentare l'eccellenza delle piccole e medie aziende italiane al mercato coreano, uno dei più promettenti a livello internazionale.

Appuntamento **da mercoledì 17 a sabato 20 febbraio 2021** a **Seoul**, presso **High Street Italia** - spazio gestito da ICE, Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane - per **Italian Fashion Days in South Korea**, appuntamento espositivo che presenta una selezione di collezioni di aziende italiane sul mercato coreano.

Sono **26 i marchi italiani** selezionati grazie alla partnership tra Ente Moda Italia, Associazione Italiana Pellicceria, Assocalzaturifici e Sistema Moda Italia, che presenteranno le loro nuove collezioni per l'**autunno/inverno 2021/2022** di moda donna e uomo: abbigliamento, accessori, borse e valigeria, calzature, cappelli, capispalla, knitwear e total look.

L'iniziativa è realizzata con l'importante supporto di **ICE**, che oltre ad aver messo a disposizione lo spazio espositivo, coordina la promozione della manifestazione 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.

Gli **Italian Fashion Days** vedono anche il coinvolgimento dell'**Ambasciata Italiana a Seoul**, che ha fortemente voluto questo nuovo appuntamento nella capitale coreana.

*"EMI e le piccole e medie aziende continuano a dimostrare dinamismo e voglia di fare, nonostante la situazione emergenziale che stiamo vivendo, con l'attuale impossibilità di viaggiare e la chiusura dei mercati. Nuotiamo controcorrente ma ce l'abbiamo fatta" – afferma **Alberto Scaccioni, amministratore delegato di Ente Moda Italia** -. "A spostarsi questa volta sono solo i campionari, che saranno poi affidati a Sales Manager locali, in modo da mantenere contatti e visibilità. Questa azione di ricezione e di conoscenza dei campionari ci è stata richiesta proprio dai buyer coreani, segno che le attività fieristiche in presenza sono e continuano a restare fondamentali. Se ce l'abbiamo fatta è grazie a tutte le associazioni di categoria che aderiscono a Confindustria Moda e a ICE."*

*"Il mercato coreano è di fondamentale importanza per le nostre aziende perché rappresenta il quinto mercato per il nostro export. I nostri associati hanno risposto con entusiasmo e, senza farsi scoraggiare dalla pandemia, hanno avuto voglia di mettersi in gioco e di continuare a tessere rapporti commerciali attenti al contenuto moda e alla qualità delle produzioni. Questa manifestazione è un segnale di ripresa sia per le aziende produttrici, che per i compratori" - dichiara **Roberto Tadini, Presidente di AIP-Associazione Italiana Pellicceria**.*

“Impossibilitati per ora a svolgere la nostra grande manifestazione in Italia, MICAM Milano” – afferma Siro Badon, Presidente Assocalaturifici e MICAM Milano - “penso diventi ancora più importante mantenere il presidio sui mercati export più strategici attraverso eventi b2b specifici. La Corea del Sud è un’area estremamente dinamica che ha premiato la calzatura italiana con una continuità unica nell’ultimo decennio e una crescita costante delle vendite. Grazie al decisivo supporto di ICE Agenzia e all’organizzazione operativa affidata a Ente Moda Italia, credo si stia dando un segnale di resilienza straordinario al sistema. Il formato ibrido, pur con le inevitabili complessità logistiche che comporta, rappresenta tutt’ora una soluzione da percorrere fino a quando non riusciremo a portare direttamente le imprese italiane sui mercati.”

“Questa manifestazione, in un momento così complicato per le imprese del nostro settore, è un segno di speranza, di coraggio e di rilancio. Elementi che non sono mai mancati, durante questo annus horribilis, in noi imprenditori” – sostiene Marino Vago, Presidente di Sistema Moda Italia. “Una formula alternativa alle fiere fisiche, su un mercato che, da sempre, apprezza la moda italiana, permette ai nostri prodotti di riaprire le attività di export, che è una voce fondamentale per i nostri fatturati. L’associazione è un catalizzatore importantissimo di azioni efficaci per il mantenimento dei mercati e la presentazione di opportunità di business, difficilmente intercettabili dalle singole imprese.”

Ecco i marchi selezionati:

ANDREA CARDONE ITALIA, ANDREA GRECO DAL 1979 IN FIRENZE, ANGILO FRASCONI, BARBARA DI DAVIDE, BUN, CALPIERRE, CARIDEI, DI FRANCO, FERRUCCIO VECCHI, FILOMOTI, FUSELLA MADE IN ITALY, LANDI FANCY, MARESTER, MONTE SPORT - LEISURE ONYX, RAFFAELE D’AMELIO, RFR FABIANO RICCI, ROSSI FUTURING, SILVANO BIAGINI STILNOLOGY, SUPREMA, TARDIA, TERESA TARDIA, TITO 1921, TOSATO1928, ZEROSETTANTA STUDIO

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 @ Capsule a New York, Italian Fashion @ Liberty Fairs a New York e Las Vegas, 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