

Centrestage Hong Kong si conferma salone fashion-hub per la moda creativa e per il business sui mercati del Far-East.

7.000 i visitatori a questa edizione, che ha visto una nuova partecipazione di EMI con il progetto espositivo “La Moda Italiana”, protagonisti 13 brand italiani in collaborazione con Assocalzaturifici.

Dal 4 al 7 settembre si è svolta l'edizione 2019 di **CENTRESTAGE**, il più importante e innovativo format espositivo dedicato alla moda in Asia, andato in scena negli spazi dell'Hong Kong Convention and Exhibition Center. L'evento, organizzato dall'**Hong Kong Trade Development Council (HKTDC)**, ha portato nella metropoli cinese **240 marchi** provenienti da 23 paesi.

A questa edizione ha partecipato per la terza volta anche **Ente Moda Italia**, mettendo in scena una **selezione di 13 brand italiani** con le loro nuove collezioni per la **primavera-estate 2020**. La partecipazione al salone di Hong Kong è stata realizzata grazie anche alla **nuova collaborazione con Assocalzaturifici**, partner strategico di EMI in occasione di diversi saloni internazionali.

Al termine dei quattro giorni di manifestazione si è registrata **la presenza di circa 7.000 operatori del settore**, con una partecipazione di buyer molto diversificata e dall'impronta internazionale: oltre ad arrivare da Hong Kong e Cina, partecipazioni consistenti si sono registrate anche da Australia, Vietnam, Malesia e in generale tutta l'area ASEAN, così come dagli Emirati e dai paesi del Sud America, che assieme ai paesi europei hanno messo a segno le performance di crescita maggiori

Molto significative e apprezzate le diverse **attività di B2B** realizzate dall'organizzazione del salone, che ha permesso numerosi meeting e contatti diretti tra i brand italiani e buyer internazionali.

Ecco i **13 marchi italiani** che sono stati protagonisti nei moderni spazi **dell'Hong Kong Convention and Exhibition Center**:

ALESSANDRO GHERARDI, ALLEZ LES MOEUFS, BRADOR, COMPLIT, FALCOTTO, FRANCESCO BENIGNO, ITALIANUANCE, MAJO, NATURINO, STELLA SOFIA, SUSIMODA, THIERRY RABOTIN e VOILE BLANCHE.

“Pur essendo stata un'edizione più particolare delle precedenti, visti i fatti in corso nella metropoli e le recentissime evoluzioni dello scenario politico - **dice Stefano Festa Marzotto, presidente di Ente Moda Italia** – Centrestage ha riconfermato ancora una volta il ruolo di Hong Kong come capitale riconosciuta della regione per la scena fashion e lifestyle, e come principale centro economico, che costituisce una porta di accesso privilegiata verso il mercato cinese e il Sud-Est Asiatico. Il salone, vista la sua caratterizzazione di appuntamento fieristico di alto profilo, rappresenta sempre più una tappa fondamentale nella nostra strategia di presenza e penetrazione dei mercati dell'area ASEAN. E in questo senso la nuova collaborazione avviata con Assocalzaturifici - per favorire la partecipazione di aziende di qualità nel settore calzature – ha rappresentato un ulteriore sviluppo dell'offerta espositiva de “La Moda Italiana”: un ampliamento strategico del network di soggetti promozionali della moda italiana coinvolti, che porterà ulteriori frutti nelle prossime stagioni”.

“Nonostante la difficile situazione politica che sta vivendo in questi mesi, Hong Kong si conferma un hub strategico per esportare calzature ad alto valore aggiunto come le produzioni italiane, che sono le più richieste dal mercato asiatico, in tutto il Far East ed il Sud Est Asiatico – osserva **Siro Badon, Presidente di Assocalzaturifici** – Il nostro settore continua, infatti a vedere crescere l'export verso questo Paese a ritmi molto sostenuti: nei primi cinque mesi del 2019 è arrivato a quasi 150 milioni di valore, con una crescita percentuale, sempre in valore, del 13,5% rispetto al 2018.

La nostra presenza a Centrestage ha consolidato la partnership di sistema con Ente Moda Italia, grazie a un appuntamento che ha offerto ai buyer qualificati una rappresentanza dell'altissima qualità prodotta dalle nostre aziende in un ambito che si è rivelato molto favorevole per il business”.

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, Italian Fashion @ Cabana a New York, La Moda Italiana @ Almaty, La Moda Italiana @ Kiev, La Moda Italiana @ CENTRESTAGE a Hong Kong e La Moda Italiana @ Project Tokyo, La Moda Italiana @ Seoul.

ASSOCALZATURIFICI rappresenta a livello nazionale le imprese a carattere industriale che operano nel settore della produzione delle calzature. Conta circa 600 aziende iscritte ed è portavoce di un settore che, nel suo insieme, fattura oltre 14,2 miliardi di euro, occupa 75.600 addetti ed esporta l'85% della produzione. Mission dell'associazione è quella di contribuire all'affermazione di un sistema imprenditoriale innovativo, internazionale, sostenibile, capace di promuovere la crescita economica, sociale, civile e culturale del Paese. Assocalzaturifici fa parte della Confederazione Europea della Calzatura ed è associata effettiva di Confindustria. Nel marzo del 2017 ha aderito a Confindustria Moda, federazione che riunisce le imprese e le associazioni del settore tessile moda e dell'accessorio ambasciatrici delle eccellenze della manifattura italiana.

E.M.I. Ente Moda Italia s.r.l.

Via Faenza 109 - 50123 Florence

tel. +39.055.214835 fax +39.055.288326

www.emimoda.it Email contact: firenze@emimoda.it

Press office contact: roberto.ruta@pittimmagine.com

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

**smi** SISTEMA
MODA
ITALIA
FEDERAZIONE TESSILE E MODA