

INIZIATIVA "ITALY WITH STYLE" **Seoul, 10-11 febbraio 2014**

Dati sintetici dell'iniziativa

- Luogo: **Seoul, Corea del Sud**
- Presso: **Lotte Hotel Seoul**, sala Sapphire Ballroom
- Date di svolgimento: **10-11 febbraio 2014**

Cosmetica Italia in collaborazione con ICE - Agenzia per la Promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane - e Ministero dello Sviluppo Economico ha organizzato in Corea del Sud a Seoul il 10 e 11 febbraio 2014 l'iniziativa "Italy with Style".

L'iniziativa "Italy with Style" si inserisce all'interno di un più ampio progetto intersettoriale di promozione in Corea del Sud dell'accessorio Made in Italy che coinvolge varie associazioni: ANCI, FEDERORAFI, AIMPES, ANFAO, AIP e COSMETICA ITALIA. L'idea che sta alla base dell'iniziativa è quella di dare ai buyer coreani un panorama di filiera collegata con la moda italiana che sia il più ampio possibile.

Per la prima volta in Corea del Sud, un'iniziativa promozionale unica ha visto la presenza di 110 aziende di tutti i comparti che rappresentano il sistema del "fashion e accessori" Made in Italy, incluse la cosmetica e la gioielleria, e che hanno esposto il meglio della loro produzione agli operatori specializzati locali, alla stampa e ai più prestigiosi buyer nazionali.

Imprese italiane partecipanti: Elgon/Pidielle, Eugenomics, Landoll Milano, Mario Zunino & C., Paglieri Sell System, Rudy Profumi, Società Cosmetici.

Di queste aziende 6 sono aziende associate Cosmetica Italia.

L'iniziativa, volta a identificare le possibili **opportunità di business nel mercato sud coreano**, ha visto il coinvolgimento di una **delegazione di imprese cosmetiche italiane**, contenuta ma altamente significativa per caratteristiche e tipologia di prodotto del panorama cosmetico *Made in Italy* che hanno incontrato operatori, buyer e stampa locali.

L'iniziativa è stata articolata in azioni al trade e azioni promozionali. Per la parte più prettamente **"trade"** sono stati organizzati nei giorni 10 e 11 febbraio dei **workshop b2b**. Le aziende hanno potuto **esporre i propri prodotti** nell'ambito di un allestimento con un layout comune a tutti.

Sono state inoltre previste **azioni di comunicazione** con un' incisiva campagna di stampa sulle più importanti riviste di settore e quotidiani a tiratura nazionale.

