



In collaborazione con HCLC



Da sinistra, un look Xuebao e Foor

Alla Milano Fashion Week debutta l'expertise di Haining

Il distretto cinese dell'abbigliamento in pelle e pelliccia ha scelto la settimana della moda milanese per fare il proprio debutto europeo. Per celebrare l'evento, ideato e curato da HCLC-Haining China Leather City, una sfilata a cui parteciperanno due promettenti designer.

L'eccellenza leather & fur di Haining sceglie Milano Moda Donna per il suo debutto europeo. Il prossimo 23 febbraio le sale di Palazzo Serbelloni accoglieranno Fashion Haining. L'evento, presente in calendario, svelerà per la prima volta in Europa i prodotti haut de gamme made in Haining, città considerata il distretto leader del segmento di pelle e pellicceria della Cina. Dopo la presentazione, le proposte femminili A/I 2018-19 di Xuebao e Foor, tra i nomi più rappresentativi del distretto, saranno protagoniste in passerella. I due brand sono il simbolo di come l'indotto produttivo di una città possa diventare sinonimo di eccellenza manifatturiera.

Il progetto è voluto, ideato e curato da HCLC-Haining China Leather City, società di servizi nata nel 1994 che, tra i propri obiettivi, ha quello di creare un ponte tra l'industria italiana e quella cinese, unendo il design nostrano con il "Made in China" e favorendo l'inserimento delle aziende italiane sul territorio locale. HCLC, non a caso, ha contribuito a rendere il distretto di Haining il più importante e qualitativo per l'industria della pelle e della

pellicceria in Cina, promuovendo lo sviluppo del settore nella città. Oggi il distretto rappresenta il polo di rappresentanza per tutta la filiera produttiva e commerciale del settore: oltre il 50% della produzione totale dell'abbigliamento in pelle e pelliccia in Cina è infatti prodotta in quest'area, di cui il 30% viene venduto al dettaglio attraverso una rete di centri commerciali a controllo diretto. Nel 2009 HCLC ha avviato un processo di espansione che gli ha permesso di conquistare nuovi mercati in diverse province cinesi. Nel 2010, inoltre, la società è stata ufficialmente quotata nella Borsa di Shenzhen, assumendo sempre più un ruolo di riferimento per l'intera industria dell'abbigliamento in pelle e pelliccia di tutta la Cina.

Con una superficie complessiva di 3,4 milioni di metri quadrati e undici mila aziende coinvolte, copre un bacino d'utenza di circa 300 milioni di persone e muove nei propri centri commerciali un volume di vendita annuo che supera i 3.125 milioni di Dollari Usa attraverso un flusso di oltre 14 milioni di consumatori.