

**Moda: Micam, falsi scarpe costano oltre 200 mln fatturato ANSA**  
**2018-09-19 12:42:00**

ZCZC3165/SXR  
OMI74988\_SXR\_QBXH  
R ECO S42 QBXH

Moda: Micam, falsi scarpe costano oltre 200 mln fatturato

(ANSA) - RHO-PERO (MILANO), 19 SET – La contraffazione dei marchi costa oltre 200 milioni all'anno al fatturato delle calzature Made in Italy, una pratica che colpisce soprattutto tramite le vendite sul web. L'allarme, nell'ultimo giorno di apertura del Micam, il salone internazionale delle calzature alla Fiera di Milano arriva dallo studio Innova & Partners (I&P), società specializzata in strategia di protezione del brand, che cita i dati del Ministero dello Sviluppo Economico, con la collaborazione dell'associazione di categoria, Assocalzaturifici, e di Confindustria. Ogni anno vengono infatti bruciati, per le scarpe, da 190 a 240 milioni di euro di fatturato proprio a seguito della proliferazione della vendita dei 'falsi' anche online. E la Cina rimane il leader indiscusso quando si tratta della provenienza di merci finte: l'80% degli articoli arriva appunto da questo Paese.(ANSA).

CRT/LNZ  
19-SET-18 12:42 NNN

ZCZC3173/SXR  
XEF75017\_SXR\_QBXH  
R ECO S42 QBXH

**Moda: Micam, falsi scarpe costano oltre 200 mln fatturato (2)**

(ANSA) - RHO-PERO (MILANO), 19 SET - "L'ambito delle calzature è uno dei fiori all'occhiello del saper fare italiano che necessita di essere difeso e salvaguardato - ha osservato Clizia Cacciamani, co-fondatore di I&P sulla scia delle dichiarazioni del Ministro del Lavoro Luigi De Maio intervenuto l'altro giorno al Salone - perché rappresenta uno dei patrimoni più importanti della nostra economia e del nostro made in Italy".

"La tutela del proprio marchio - ha aggiunto - è una sensibilità sviluppata dalle grandi imprese, da chi ha già esperienze consolidate sul fronte dell'export. Purtroppo, però, a volte, viene sottovalutata e si aspetta di entrare in un Paese straniero, per poi procedere alla registrazione dei marchi, quando invece dovrebbe essere la priorità. Sono innumerevoli le possibilità di proteggere la propria identità non solo il nome e il logo sia del produttore che della stessa calzatura, ma anche l'etichetta nella sua totalità, nonché il design o modello, che permette la tutela di tutto ciò che definisce il prodotto dal punto di vista estetico come le linee, i contorni, la forma e i colori".

CRT/BF  
19-SET-18 12:43 NNN