



CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA



CAMERA DI
COMMERCIO
MILANO
MONZABIANCA
LODI

netcomm

Con la collaborazione di:
FEDERAZIONE MODA ITALIA

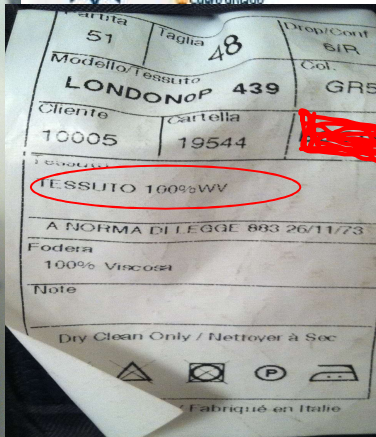
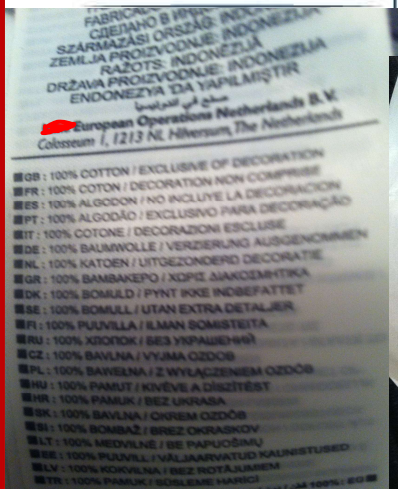


Upper
Overdel
ETIANO MEPOE
Empejne
Parte superior

Cuoiro rivestito



Cuir enduit
Beschichtetes Leder
Cuoiro rivestito
Gecoat leder
Coated leather
Overtrucker leather
ETIENNA/MIENNO AEPMA
Cuoiro unitato



L'E-COMMERCE NELLA MODA

TRA BUONE PRASSI E OBBLIGHI DI LEGGE

«il posizionamento»

osservatorio
acquisti nexi[∞]

Il comportamento d'acquisto cashless degli italiani

CATEGORIE MERCEOLOGICHE	2016	2017	2018
ACCESSORI MODA	+ 1,4 %	+ 4,7 %	2,3
ARTICOLI SPORTIVI	+ 3,0 %	+ 6,5 %	2,0
CALZATURE	- 4,7 %	- 3,3 %	-7,3
PELLETTERIE/VALIGERIE	- 4,3 %	+ 0,3 %	0,2
PELLICCE	- 5,9 %	+ 20,2 %	1,6
ABBIGLIAMENTO	+ 0,8 %	+ 2,0 %	-1,5
Totale complessivo	+ 0,4 %	+1,9 %	-1,7

«il posizionamento»: **uno sguardo ai numeri!**

NATI-MORTALITÀ DELLE IMPRESE DEL DETTAGLIO MODA
(abbigliamento, calzature, pelletterie ed accessori,
tessile per la casa, articoli sportivi)
– 21.377 IN 6,5 ANNI

ITALIA	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	I sem 18
NUMERO IMPRESE	141.212	137.001	132.543	129.165	126.662	124.172	121.647	119.835



SMETTETE DI
SEGUIRMI !
IO SONO ARRIVATO

**Un futuro per
il dettaglio
moda ci sarà
di sicuro**

**...ma solo
per chi se lo
saprà
conquistare !**

...e quindi?



I confini tra fisico e virtuale si attenuano: quale strategia nelle nuove dimensioni della concorrenza?!

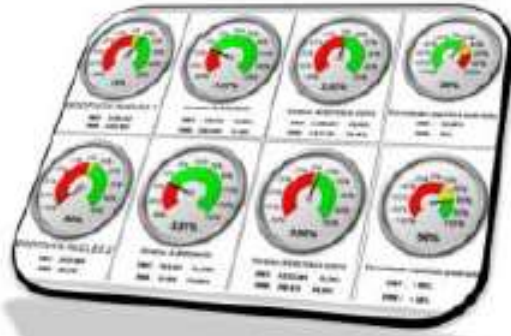
*“Avere un negozio ben fornito,
una buona varietà di merci e
vendere a prezzi ragionevoli,
queste sono le cose che mandano
avanti il commercio ed è con esse
che il commercio può affermarsi e durare”*

(Daniel Defoe, 1666 – 1731)

Il nuovo paradigma del dettaglio
consiste in **un approccio su più fronti**
che **incrocia canali fisici e digitali** che
possono e devono funzionare in
simbiosi invece che in contrapposizione



Le **4 linee di azione** per un negozio di moda che vuole sopravvivere **nell'era digitale**



Imparare a misurare le performance



Sviluppare una strategia offline



Sviluppare una strategia online



Selezionare, formare, gestire e motivare il personale



50%

QUOTA DEI RETAILER
CHE UTILIZZA I **SOCIAL**

33%

QUOTA DEI RETAILER
LA CUI ATTIVITÀ
HA UN SITO WEB



97,3%

QUOTA DEI RETAILER CHE
UTILIZZA **FACEBOOK**



MODA E
WEB: UNA
RELAZIONE
IN
EVOLUZIONE

7,5%

QUOTA
DEI RETAILER
CHE UTILIZZA
TWITTER



35,3%

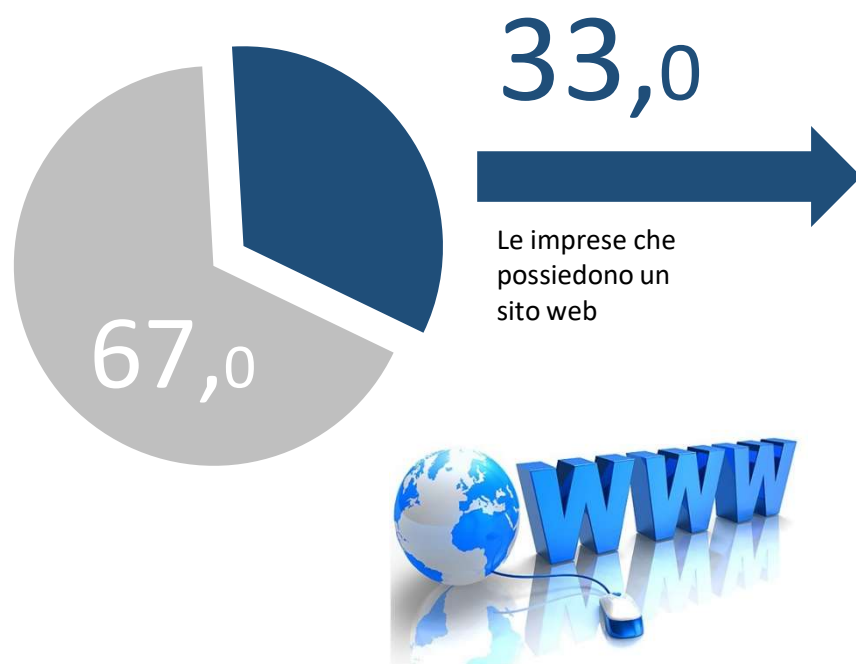
QUOTA DEI
RETAILER
CHE UTILIZZA
INSTAGRAM



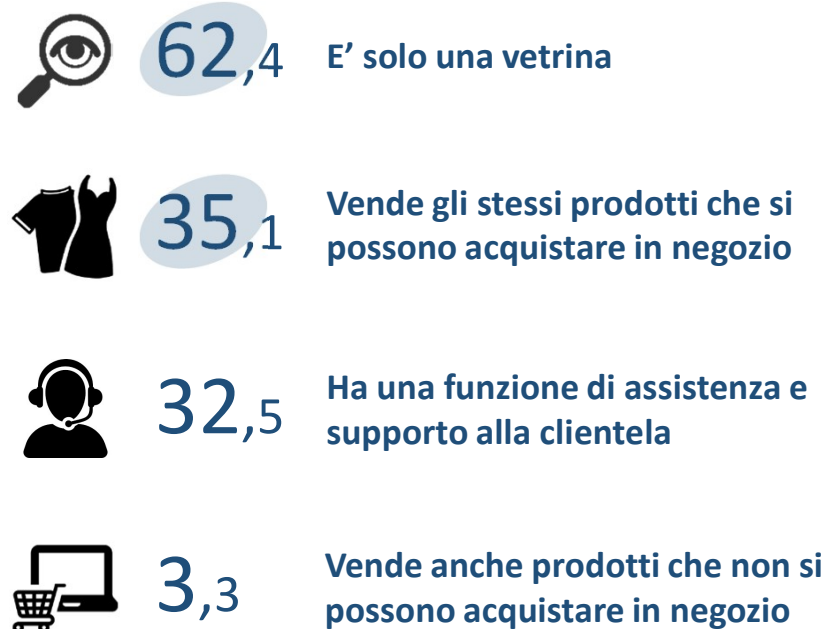
FONTE:
FORMAT RESEARCH

il sito web | circa una impresa su tre possiede un proprio sito web che viene principalmente usato come vetrina o come strumento di vendita di prodotti che possono essere acquistati anche in negozio

Percentuali di **imprese che possiedono un sito web**

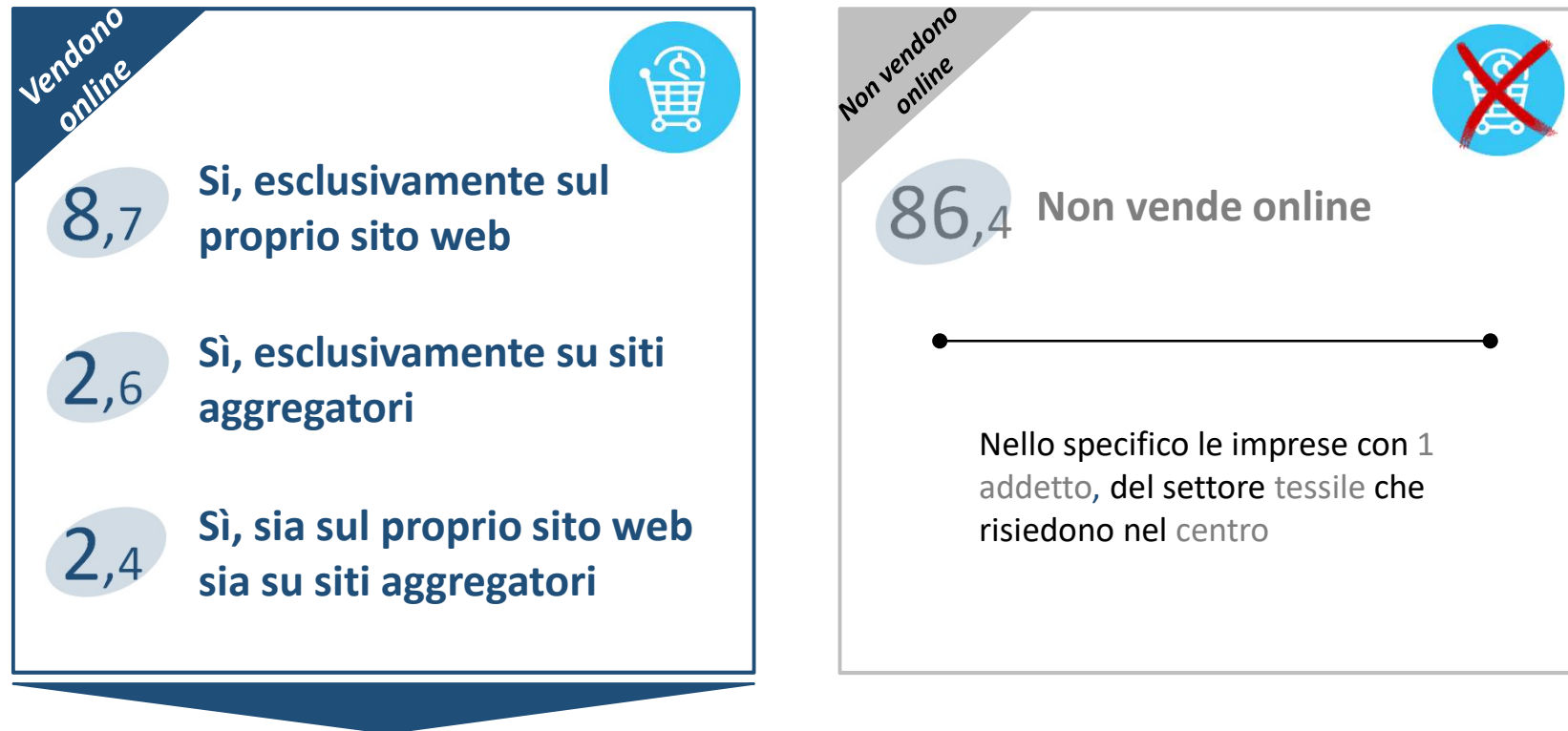


Il sito web della Sua impresa...
(Solo coloro che hanno un sito web)



le vendite online | il 13,6% delle imprese del settore moda vende i propri prodotti online e lo fa principalmente attraverso il proprio sito web

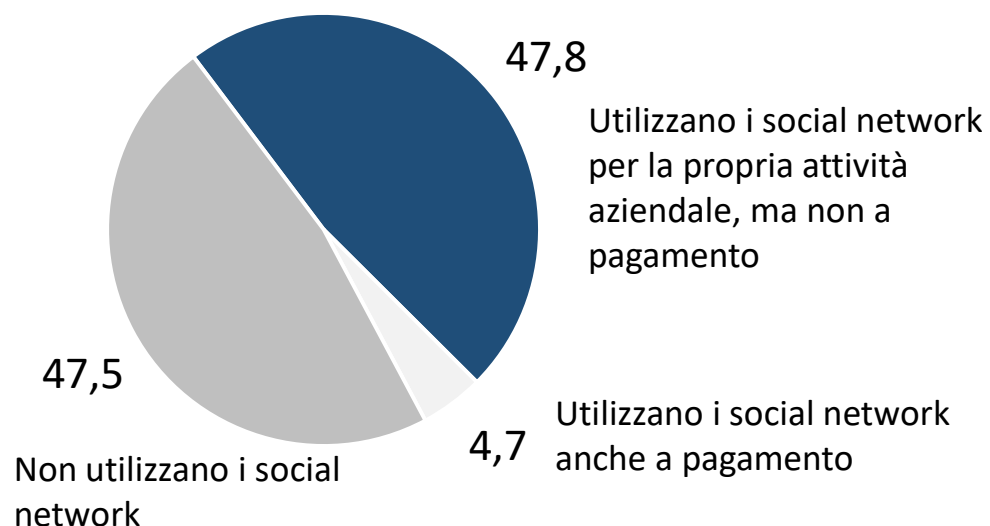
La Sua impresa è solita vendere i propri prodotti on line?



13,6 Vende on line

utilizzo dei social network | una impresa su due utilizza i social network per promuovere la propria attività aziendale, facebook è di gran lunga (97,7%) la piattaforma più utilizzata, segue instagram (34,3%), twitter (7,5%) e you tube (1,9%).

La Sua impresa utilizza (come impresa) i social network per la propria attività aziendale?

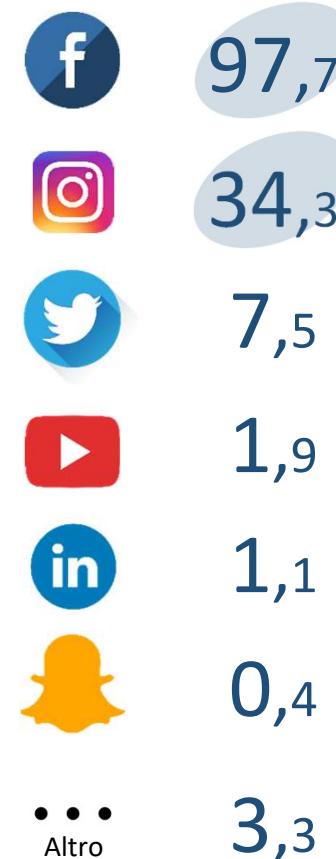


Il 52,5% delle imprese utilizza i social network per la propria attività aziendale

Base campione: 1000 casi. I dati sono riportati all'universo.

Se sì, quali?

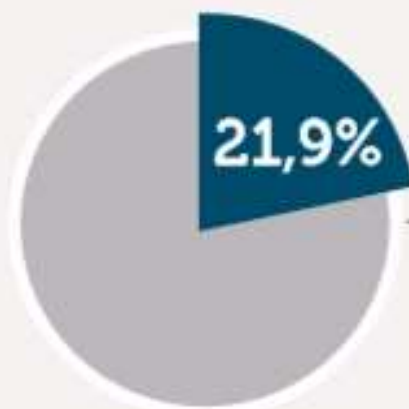
(Solo coloro che utilizzano i social network)



Base campione: 550 casi. Solo coloro che utilizzano i social network per la propria attività aziendale. I dati sono riportati all'universo.

ALCUNI NUMERI DELLA RICERCA

QUOTA DELLE IMPRESE
AL DETTAGLIO CHE PER IL **2018**
PREVEDE **UN AUMENTO DEI RICAVI**



QUOTA DI RETAILER
CHE INVESTIRÀ IN
COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA

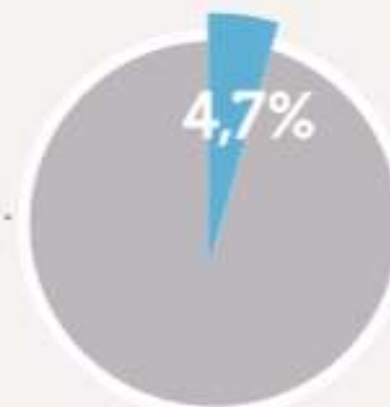


QUOTA DI RETAILER
CHE INTENDE
RISTRUTTURARE
IL **PUNTO VENDITA**



LE ATTESE DEL DETTAGLIO

QUOTA DEI RETAILER
CHE INTENDE
INVESTIRE IN
VISUAL MERCHANDISING



PROBLEM

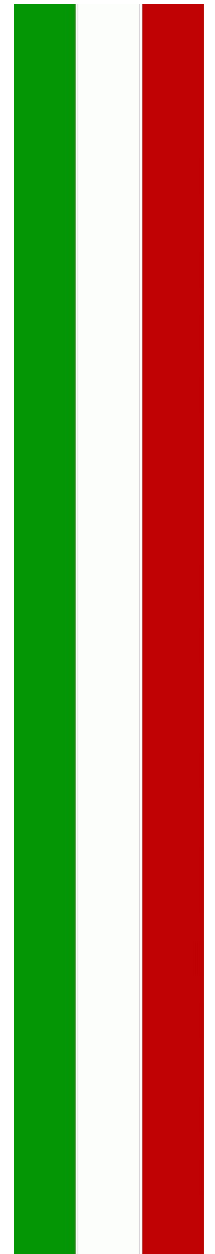
PROBLEM

ME

WE

SOLUTION

SOLUTION



**SOLO CIÒ CHE È MISURABILE
È MIGLIORABILE**







CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA



CAMERA DI
COMMERCIO
MILANO
MONZA BRIANZA
LODI

netcomm

Con la collaborazione di:
FEDERAZIONE MODA ITALIA
Assomoda®



L'E-COMMERCE NELLA MODA

—
TRA BUONE PRASSI E OBBLIGHI DI LEGGE



L'etichetta dei **PRODOTTI TESSILI** deve poi:

- essere **in lingua italiana** (es. “**100% Cotone**” e non “~~100 % Cotton~~”, ad esempio in lingua inglese);
- **contenere la composizione fibrosa con la denominazione della fibra scritta per esteso** (“**100% Cotone**” e non “~~100 CO~~”: il codice meccanografico non è ammesso) e la percentuale del peso indicata in ordine decrescente (es. “90% Cotone 10% Seta”);
- essere **saldamente fissata** al prodotto
- trovare **corrispondenza con quanto scritto nei documenti commerciali** (es. nelle fatture ci deve essere il riferimento alla stessa percentuale di composizione fibrosa indicata in etichetta);
- indicare **nome, ragione sociale o marchio ed anche sede legale del produttore/importatore** (estremi del produttore ex art. 104 del D. Lgs. 206/2005 – Codice del Consumo e quindi l’indicazione della Via e della città);
- prevedere l’eventuale indicazione “**Contiene parti non tessili di origine animale**” qualora, ad esempio, si tratti di piumini, maglioni con toppe o inserti in pelle o scamosciati, bottoni in madreperla o corno naturale.

Per chi vende **CALZATURE** è importante sapere che:

- ® il **DISTRIBUTORE** DEVE ESPORRE IN NEGOZIO UN **CARTELLO** (in allegato) con l'indicazione dei simboli corrispondenti ai materiali di composizione (cuoio; cuoio rivestito; materie tessili naturali e materie tessili sintetiche o non tessute; altre materie) delle parti delle calzature (tomaia; rivestimento della tomaia e suola interna; suola esterna). In caso di omissione il distributore è soggetto alla **sanzione amministrativa pecuniaria compresa fra 200 euro e 1.000 euro**.
- ® Il **DISTRIBUTORE** DEVE PREVEDERE (almeno in una scarpa) **L'INSERIMENTO DI UN'ETICHETTA** (anche adesiva o stampata sulla calzatura) con l'indicazione dei simboli corrispondenti ai materiali di composizione (cuoio; cuoio rivestito; materie tessili naturali e materie tessili sintetiche o non tessute; altre materie) delle parti delle calzature (tomaia; rivestimento della tomaia e suola interna; suola esterna). In caso di omissione il distributore è soggetto alla **sanzione amministrativa pecuniaria compresa fra 700 euro e 3.500 euro**.
- ® **IL PRODUTTORE/IMPORTATORE** DEVE INDICARE **NOME, RAGIONE SOCIALE O MARCHIO ED ANCHE SEDE LEGALE** (identità ed estremi del produttore ex art.104 del D.Lgs. 206/2005 – Codice del Consumo e quindi l'indicazione della Via e della città); In caso di omissione il **produttore** è soggetto ad una **sanzione amministrativa compresa fra 1.500 euro e 30.000 euro**.

È, infine, **importante sapere che** i
FABBRICANTI, gli IMPORTATORI o i
DISTRIBUTORI

che non forniscano sui **SITI WEB** le
indicazioni relative alla composizione fibrosa e
dei simboli delle calzature sono soggetti alla
**sanzione amministrativa pecuniaria
compresa
fra 1.500 euro e 20.000 euro.**

COME LEGGERE LE ETICHETTE*

PARTI DI CALZATURE DA IDENTIFICARE E SIMBOLI CORRISPONDENTI:



MATERIALI E SIMBOLI CORRISPONDENTI:

Cuoio



- 1 Cuir
- 2 Leder
- 3 Cuoio
- 4 Leder
- 5 Leather
- 6 Leder
- 7 ASPMA
- 8 Cuero
- 9 Couros e peles curcidas

Cuoio rivestito



- 1 Cuir enduit
- 2 Beschichtetes Leder
- 3 Cuoio rivestito
- 4 Gecoat leder
- 5 Coated leather
- 6 Overtrukker leder
- 7 ΕΠΕΝΔΕΥΜΕΝΟ ΑΣΡΜΑ
- 8 Cuero untado
- 9 Couro revestido

Materie tessili naturali e materie tessili sintetiche o non tessute



- 1 Textile
- 2 Textil
- 3 Tessili
- 4 Textil
- 5 Textile
- 6 Tekstilmaterialer
- 7 ΥΡΑΖΜΑ
- 8 Textil
- 9 Textels

Altre materie



- 1 Autres matériaux
- 2 Sonstiges Material
- 3 Altre materie
- 4 Overige materialen
- 5 Others materials
- 6 Andre materialer
- 7 ΑΛΛΑ ΥΛΙΚΑ
- 8 Otros materiales
- 9 Outros materials

* Direttiva 94/11/CE - DM 11 aprile 1996
Decreto Legislativo n. 190 del 15 novembre 2017

ETICHETTE: AUMENTANO I CONTROLLI

Nei mesi scorsi, in molti negozi si sono presentati i funzionari delle camere di commercio per verificare la correttezza delle indicazioni riportate sulle label dei prodotti. L'anomalia più riscontrata è la mancanza dei dati del produttore. Nel mirino anche mercerie e negozi di intimo.



Lo scorso marzo numerosi operatori commerciali hanno contattato Federazione Moda Italia per segnalare l'intensificarsi dei controlli da parte degli ispettori delle camere di commercio volti a verificare la correttezza delle informazioni riportate sulle etichette che corredano i prodotti in vendita. Tra le violazioni maggiormente riscontrate la più diffusa è l'assenza degli estremi del produttore: nome, ragione sociale o marchio, sede legale del produttore o

dell'importatore. E questa lacuna può andare a discapito dei dettaglianti, perché, in base al Regolamento Ue n.2007/2011, qualora i controlli effettuati dagli ispettori delle camere di commercio, del ministero dello Sviluppo economico, oppure dalla Guardia di finanza o dalla Polizia municipale, rivelano che le informazioni riportate in etichetta risultino scorrette, incomplete o addirittura false ricade sul commerciante l'onere di dimostrare di aver comunicato al produttore l'anomalia. Il dettagliante però può



essere esonerato da responsabilità nel caso in cui sia in grado di far risalire gli organismi di controllo al proprio fornitore o di dimostrare di aver fatto il possibile per segnalare al produttore la lacuna.

Anche i negozi di intimo, mare e calzetteria e le mercerie sono nel mirino degli organismi di controllo. Un caso particolarmente spiacevole è quello che riguarda un piccolo punto vendita della provincia di Mantova associato a Fedemoda che ha ricevuto due sanzioni di 1.700 euro l'una perché la composizione fibrosa di alcune camicie del suo assortimento non coincideva con quanto riportato in etichetta (vedi box in questa pagina).

Proprio a causa dei ripetuti di questi episodi, Federazione Moda Italia è convinta che sia necessario modificare il Regolamento poiché, come ha dichiarato in diverse occasioni Renato Borghi, presidente dell'associazione: «È inammissibile, oltre che inaccettabile, che un operatore commerciale, in quanto obbligato principale della rispondenza delle negligenze o omissioni

FEDERAZIONE MODA ITALIA



IL CASO

È di 3.400 euro la multa recapitata a una merceria perché le analisi effettuate su due paia di calze negozio hanno evidenziato che la loro composizione era diversa da quella indicata in etichetta.

Le inesattezze riportate in etichetta circa la composizione fibrosa di due paia di calzoncini sono state all'origine dei due verbali e delle relative sanzioni di 1.700 euro ognuna che lo scorso marzo sono state recapitate a Uliana Novellini, titolare di una merceria di Mantova, gestita insieme in provincia di Mantova. La vicenda ha inizio a fine novembre, quando due funzionari della Camera di Commercio si sono presentati nel punto vendita per verificare che i prodotti in assortimento fossero corredati di etichette corrette e complete. La visita si conclude con i due ispettori che prelevano due paia di calzoncini altrettanti brand per verificare che la composizione fibrosa dei prodotti coincidesse con quanto indicato in etichetta. A suo tempo, la titolare della merceria aveva acquistato i calzoncini prelevati dagli ispettori da un grossista con cui collabora ormai da diversi anni. Gli articoli sono prodotti da due aziende diverse, una situata in Lombardia e l'altra in Campania.

Verità la fine, però, alla stata recata di contesti hanno rilevato la composizione non è corrispondente solo. La vendita è stata riprodotta in tempi previsti da 1.032,9 se pagata notifica, per raggiungere all'importo un terzo e doppio dei del verbal venduto in 1.700 euro, anche alla del riprodotto. Federazione immediatamente a presentarsi momento ancora non riuscita a sanare l'incidente.

chiediamo che venga corretta il prima possibile». Espressione di Fedemoda a tutela dei dettaglianti è il progetto "SO5 Etichettatura", il programma ideato per far conoscere agli operatori del dettaglio il Regolamento Ue n.2007/2011 relativo

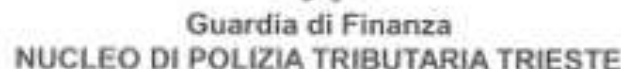
della composizione dei prodotti tessili nei mesi scorsi uffici della Fedemoda che la strada giusta, perché più consapevole

GUARDIA DI FINANZA
TENENZA ASSISI

Merce sottoposta a sequestro amministrativo ex art. 13 della Legge nr. 689/81, nei confronti della ditta
Individuale " [REDACTED] aela, con sede in Bastia Umbra (PG) v [REDACTED]
P. I.V.A.: [REDACTED]

Tipo	Numero Pezzi	Prezzo Unitario	Prezzo Totale	Violazione violate	Nr. Scatola
ABITO DA SERA LUNGHI COLORI VARI	8	€ 60,00	€ 480,00	D. Lgs. Nr. 206/2005 D. Lgs. 194/1999	1
ABITO DA SERA CORTI COLORI VARI	9	€ 35,00	€ 315,00	D. Lgs. Nr. 206/2005 D. Lgs. 194/1999	1
GONNA LUNGA	1	€ 18,00	€ 18,00	D. Lgs. Nr. 206/2005 D. Lgs. 194/1999	1
PANTALONE DONNA	1	€ 18,00	€ 18,00	D. Lgs. Nr. 206/2005 D. Lgs. 194/1999	1
MAGLIA DONNA	1	€ 9,90	€ 9,90	D. Lgs. Nr. 206/2005 D. Lgs. 194/1999	1
GIUBOTTO DONNA	1	€ 26,00	€ 26,00	D. Lgs. Nr. 206/2005 D. Lgs. 194/1999	2
ABITO INDIANO DONNA	3	€ 9,90	€ 29,70	D. Lgs. Nr. 206/2005 D. Lgs. 194/1999	2
ABITO LUNGO DONNA	8	€ 23,00	€ 184,00	D. Lgs. Nr. 206/2005 D. Lgs. 194/1999	2
ABITO CORTO DONNA	2	€ 16,00	€ 32,00	D. Lgs. Nr. 206/2005 D. Lgs. 194/1999	2
GONNA SHORT	6	€ 15,00	€ 90,00	D. Lgs. Nr. 206/2005 D. Lgs. 194/1999	2
PANTALONCINI SHORT DONNA	13	€ 15,00	€ 195,00	D. Lgs. Nr. 206/2005 D. Lgs. 194/1999	2

Totale	53	€ 1.397,60
--------	----	------------



Sezione Diritti di Proprietà Intellettuale e Industriale

20 Via Galvani, 73 - 34126 Trieste - Tel. 040/5812570-2695 - e. capecchi@npi.it

In data 06.07.2016 alle ore 16,00 in Trieste in via [REDACTED] palazzo n. 19, presso
[REDACTED] è stato il presente atto _____

7. [redacted] (appartenenti al Reparto in istestazione)

_____ con sede legale in Trieste _____, ha
vendita in via _____ in Trieste _____, esercante
l'attività di vendita a dettaglio di vestiario ed articoli sportivi, nel presente atto rappresenta
da _____

69. identificata a mezzo [redacted] rilasciata da Comune di Trieste il 18.01.2011
nella sua qualità di: rappresentante legale della società suindicata.

All'ora 09,10 circa odierno, i sottoscritti verbalizzanti, avvalendosi delle facoltà e dei poteri previsti dall'art. 2, comma 2 lett. L) e comma 4 del D.Lgs. 68/2001, nonché dall'art. 13 della L. 689/81, accedevano nei locali degli esercizi commerciali in rubrica indicati, nell'ambito di un servizio di prevenzione, ricerca e repressione di eventuali violazioni in materia di contraffazione di marchi, brevetti ed altri diritti di proprietà industriale, nonché in materia di sicurezza dei prodotti, relativamente alle disposizioni previste dal D.Lgs. n. 206/2005 - Codice del Consumo e da altre disposizioni vigenti in materia di sicurezza dei prodotti, marcatura Ce e regolarità amministrativa dell'esercizio.

Durante l'intervento con le modalità di rito all'indirizzo [redacted], nata a Trieste [redacted] e qui residente in via [redacted] è stata individuata la società [redacted] nasciuta dal Comune di Trieste in data 30/05/2005, in quanto il predetto [redacted] è socio della società, sito in Trieste via Imbriani nr. 11/A e alla cui sede [redacted] sta a Trieste [redacted] e qui residente in via [redacted].

In qualità di dipendente per il negozio [redacted] aver formalizzato e quest'ultimo i motivi dell'intervento, i militari operanti constatabano l'avvenuta commissione delle seguenti violazioni amministrative, così come verrà meglio riportato anche in separato verbale di accertamento e contestazione all'uopo redatto. Le operazioni di servizio sono state effettuate alla presenza e con la continua assistenza delle persone in precedenza indicate nonché della titolare della società, intervenuta sul luogo delle operazioni alle ore 10,30 circa:

Per quanto sopra riportato, si è accertato che la parte ha posto in vendita n. 600 prodotti di varia tipologia, abbigliamento sportivo ed outdoor, di calzature da montagna, dettagliatamente





Guardia di Finanza
NUCLEO DI POLIZIA TRIBUTARIA TRIESTE

Gruppo Tutela Economia
Sezione Diritti di Proprietà Intellettuale e Industriale
50 Via Giulia n. 73 - 34126 Trieste - ☎ 0405612670-2634 - ✉ 0405612650

ALLEGATO N. 1

FOGLIO N. 1

MATERIALE SOTTOPOSTO A SEQUESTRO AMMINISTRATIVO, con verbale redatto in data



Quantità	DESCRIZIONE/ MARCHIO	Prezzo al consumo €
16	Zaini Vaude	da 24,00 a 61,00
1	Zaino Fjall Raven	70,00
8	Zaini Fjall Raven	100,00
1	Borsa Elklina	21,20
2	Zaini Fjall Raven	68,95
1	Zaino Elklina	29,95
4	Giubbottini Vaude	53,00
4	Giubbottini Elklina	89,95
1	Giubbotto Vaude	176,80
1	Giubbotto Vaude	182,00
4	Giubbotti Fjall Raven	143,00
11	Camicie Vaude	da 50,00 a 76,00
2	Felpe cappuccio Vaude	102,00
1	Borraccia Camelbak 1,2 L	49,50
1	Borraccia Camelback 750 ml	19,50
1	Borraccia Leakproof 650 ml	15,00
3	Tuta per bambini in Pile	59,95
62		
	POSTI IN DUE SCATOLE DI CARTONE IN GIUDIZIALE CUSTODIA PRESSO LA SEDE DI VIA 	

FEDERAZIONE MODA ITALIA

CONFEDERAZIONE MODA ITALIA

VERBALIZZANTI

LA PARTE





MANTOVA



COSENZA



L'AQUILA



CUNEO



COMO



PADOVA



LECCO



COMO





RIMINI



MONZA

PISA
LA NAZIONE
PISA
PONTEDERA
Dir. Resp.: Gabriele Canè

«Sos
etichettatura»
Un kit su regole
e divieti

COME deve comportarsi l'imprenditore per evitare sanzioni in caso di etichettatura dei prodotti tessili non conforme alla legge? Ad aiutare i commercianti adesso ci sarà un kit battezzato, appunto, «Sos Etichettatura», stesso titolo del workshop, organizzato da Federazione Moda Italia e Confindustria Pisa. Relatori: Massimo Torti (segretario generale Federmoda Italia), Federica Grassini (presidente Federmoda Toscana), Elisabetta Ficeli (vice-direttore Confindustria Pisa).



FERRARA



CALTANISSETTA



AREZZO

SEMINARIO DI APPROFONDIMENTO
ETICHETTATURA E STUDI DI SETTORE
Sede Confindustria Venezia, via Don F. Tosatto 39, Venezia (Mestre)
25 gennaio 2016 (h. 10.00 - 13.00)



IMPERIA

CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA
L'AQUILA

SOS ETICHETTATURA

REGOLAMENTO UE N° 1007/2011
OBBLIGHI DI ADEMPIMENTI PER IL COMMERCIO

LUNEDÌ 1° FEBBRAIO 2016 - ORE 11,00

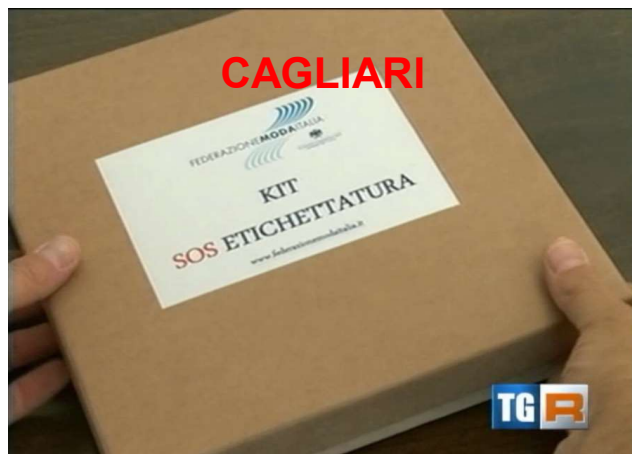
PRESSO LA SEDE CONFCOMMERCIO
Via G. Caldora Terminal Bus "L. Natali" L'AQUILA

PROGRAMMA

11.00 - Saluto del Cav. Roberto Donatelli, Presidente Confindustria
11.05 - Saluto del Dott. Riccardo Savella, Presidente Prov.le Federmoda Italia
Introduzione ai lavori
11.20 - Dott. Massimo Torti, Segretario Generale Federmoda Italia
La normativa sull'etichettatura dei prodotti tessili e calzaturieri
12.00 - Lorenzo Santilli, Presidente della C.C.I.A.A. L'Aquila
12.15 - Isabella Mascitti, Funzionario C.C.I.A.A. L'Aquila
L'attività del sistema camerale per la sicurezza e l'etichettatura dei prodotti
Modera l'incontro il Direttore Confindustria Celso Cioni

Tel. 0862/413450/62952 Fax 0862/411284
e-mail: laquila@confcommercio.it - info@confcommercioaq.it

FEDERAZIONE MODA ITALIA
C.A.T.
Camera di Commercio
L'Aquila





PAVIA



COME EVITARE SANZIONI E PREVENIRE RISCHI: L'ETICHETTATURA DEI PRODOTTI DI ABBIGLIAMENTO-CALZATURE E LA LOTTA ALLA CONTRAFFAZIONE

Seminario per i consumatori e gli operatori del settore

Camera di Commercio e Associazioni
per la Tutela del mercato e il Contrasto all'Illegalità

Camera di Commercio di Pavia

23 giugno 2014, ore 9,45

Via Mantova, 27 - Pavia (1° Piano - Sala Consiliare)

9,45: Registrazione dei partecipanti

10,50 Saluto di benvenuto: Sportelli legalità delle Camere di Commercio
Giacomo de Ghislanzoni Cardoli - Presidente della Camera di Commercio di Pavia

10,15 Introduzione ai lavori
Pietro Ferruti, Presidente Provinciale Federazione Moda Italia Pavia

10,30 L'etichettatura dei prodotti tessili e calzature: il kit SOS etichettatura
La contraffazione: 10 motivi per non comprare i prodotti falsi
Massimo Torti, Segretario Generale Federazione Moda Italia - Confcommercio

11,45 La vigilanza nel settore tessile: i controlli della Camera di Commercio
Stefano Gatti, responsabile Servizio Regolazione del Mercato -
Camera di Commercio di Pavia

12,15 Interventi dei partecipanti

12,45 Conclusioni e chiusura lavori

Iniziativa realizzata con Unioncamere Lombardia per il progetto

Sportelli Legalità delle CCIAA lombarde (PUP 2012)



ANCONA



S.O.S. Etichettatura

Etichetta sbagliata?

Evita le sanzioni partecipando al
Workshop Operativo organizzato da
Confcommercio Marche Centrali
alla presenza del Segretario Generale
Federazione Moda Italia **Massimo Torti**



10 novembre 2016

ore 09:30 c/o Rete Credito Marche - Confcommercio
Via della Loggia, 5 - Ancona

Ad ogni partecipante verrà consegnato un "Kit di soccorso" per tutelare il venditore
al dettaglio in caso di controlli

Iscriviti gratuitamente presso le nostre sedi:

Le Nostre Sedi

Ancona Sede Centrale Piazza della Repubblica, 1 - tel. 071/22911 / fax 071/54025
Macerata - Viale Puccinelli 10 - tel. 0733/24130 / fax 0733/291367
Castelfidardo - Via XII Settembre, 19 - tel. 071/2291380 / fax 071/2291381
Chianciano - Via D'Adda, 16 - tel. 071/2291380 / fax 071/2291382
Cortona Marche - Via F.lli Rosselli, 3 - tel. 0737/72252 / fax 0737/291317
Fano - Via G.6 Vittoria, 30a - tel. 0722/291356 - 17324096 / fax 0722/291353

Jesi - Via Pasquelli, 20a - tel. 071/2291342 - 0731/0591 / fax 071/2291343
Narni - Via Farfara, 6 - tel. 071/2291300 / fax 071/2291302
Osimo - Via M. Polo, 186 - tel. 071/2291325 / fax 071/2291327
Recanati - Via del Mare, 22 - tel. 071/980352 / fax 071/2291379
San Severino Marche - Viale Repubblica, 50/54 - tel. 0733/30469 / fax 071/2291398
Senigallia - Viale Sordani, 129 - tel. 071/2291331 / fax 071/2291333
Tolentino - Via Nazionale, 35 - tel. 0733/392383 / fax 071/2291388

CREMONA



Seminario per consumatori, commercianti e negozianti

COME EVITARE SANZIONI E PREVENIRE RISCHI: L'ETICHETTATURA DEI PRODOTTI TESSILE ABBIGLIAMENTO E CALZATURE E LA LOTTA ALLA CONTRAFFAZIONE

Camera di Commercio e Associazioni per la Tutela del mercato
e il Contrasto all'Illegalità

SALA MERCANTI della Camera di Commercio di Cremona
Martedì 24 Giugno 2014, ore 10.00

Registrazione dei partecipanti

10,00 Saluti di benvenuto

- Camera di Commercio di Cremona
- Alessandro Bandiera, Presidente provinciale Gruppo Federazione Moda Italia

10,15 L'etichettatura dei prodotti tessili e calzature: il kit SOS etichettatura

La contraffazione: 10 motivi per non comprare i prodotti falsi
Massimo Torti, Segretario Generale Federazione Moda Italia - Confcommercio

11,30 La vigilanza nel settore tessile: i controlli della Camera di Commercio

Alfredo Orlandi, responsabile servizio Regolazione del Mercato - Camera di Commercio
di Cremona

12,00 Interventi dei partecipanti

12,30 Conclusioni e chiusura lavori

Confermare la propria partecipazione inviando una e-mail a
servimpresa@ccr.camcom.it oppure Tel. 0372 490227

Iniziativa realizzata con Unioncamere Lombardia per il progetto
Sportelli Legalità delle CCIAA lombarde (PUP 2012)



«Oggi non è che un giorno qualunque di tutti i giorni che verranno. Ma quello che accadrà in tutti gli altri giorni che verranno può dipendere da quello che farai tu oggi».

**Ernest Hemingway “
Per chi suona la campana”, 1940**



Federazione Moda Italia

aderisce a *Confcommercio Imprese per l'Italia* ed è la più importante Organizzazione di rappresentanza del dettaglio e ingrosso settori abbigliamento, tessile, calzature, pelletterie, accessori, articoli sportivi, con **oltre 30.000 imprese associate.**



Grazie!

Dott. Massimo Torti
Segretario Generale
Federazione Moda Italia

m.torti@federazionemodaitalia.it



...demande ?

