



FALSO? VERAMENTE NO

MIFUR, il Salone Internazionale della Pellicceria e della Pelle, all'apertura di SMALL VILLE lancia forte il suo "no" alla contraffazione, alla pirateria, al furto della creatività e delle idee e investe nella formazione attraverso le scuole in azioni di marketing.



"Falso? Veramente no":

è questo il *claim* della campagna di comunicazione e di sensibilizzazione lanciata, a firma congiunta da **MIFUR** – il Salone Internazionale della Pellicceria e della Pelle – e dall'Associazione Italiana Pellicceria che ne è socio fondatore, in concomitanza dell'apertura della prima edizione di **MIFUR SMALL VILLE**.

"La moda è un comparto che, per l'Italia, risulta di forte interesse e di ampia valenza. Il made in Italy è la punta di diamante dell'imprenditoria nazionale: gusto, tradizione, eleganza e originalità sono sostantivi che, in tutto il mondo, vengono sempre impiegati per descrivere le collezioni delle nostre aziende. Proprio per questo il furto della creatività deve essere considerato un reato" è il commento all'iniziativa del Presidente di MIFUR Norberto Albertalli.

"Falso? Veramente no" è una campagna di comunicazione che viaggia attraverso i canali della formazione dei giovani nelle scuole – inserendosi nel programma di lezioni di Associazione Italiana Pellicceria in più di 20 scuole di moda del nostro paese – e attraverso azioni di marketing non convenzionale volte a sensibilizzare operatori e opinione pubblica sui danni che la contraffazione causa al comparto moda e alla collettività, affermando con forza il bisogno di legalità e di trasparenza.

"Ogni mercato per essere vitale ha bisogno di fiducia, di regole conosciute che valgano per tutti. Già da tempo l'Associazione Italiana Pellicceria è in prima linea per promuovere questo concetto: nel 2002 ha lavorato insieme all'UNI (l'Ente Nazionale di Certificazione) per pubblicare la Norma UNI 11007 - "Requisiti e indicazioni per l'etichettatura dei prodotti di pellicceria" - e promuovere l'etichettatura delle pellicce, in modo che al consumatore fossero evidenti tanto la specie animale utilizzata per confezionare il capo quanto il nome e il marchio del suo produttore, cosa purtroppo in Italia non imposta per legge.

Dal 2003 partecipa a tutti i tavoli di lavoro volti a promuovere, etichettare e evidenziare il Made in Italy. Nel 2006, insieme alla Federazione Internazionale del Settore, ha promosso l'etichettatura "OA, Origin Assured", un passo avanti per identificare, sempre per il consumatore, le pelli provenienti da Paesi in cui siano in vigore leggi e regolamenti che tengono in considerazione anche il benessere animale" tiene a specificare Mario Paganoni, Presidente di Associazione Italiana Pellicceria.

Corso Venezia, 38
20121 Milano - ITALIA

C.F. 97179610155
P.I. 12143280159

ENTE FIERISTICO MIFUR

Tel. +39/02.76.00.33.29
Tel. +39/02.76.00.33.15
Fax +39/02.76.02.20.24
fieramifur@wms.it
www.mifur.com



Le rilevazioni fatte da **MIFUR**, durante l'edizione di marzo 2008 del Salone, dimostrano che dei 4.288 Compratori Italiani registrati in primo ingresso alla reception il 58% dichiara che la propria clientela è "fortemente interessata" a un'etichetta che definisca chiaramente in quale Paese è stata confezionata la pelliccia acquistata. A questi consumatori molto sensibili, si aggiunge anche il 39% di coloro che si dichiarano semplicemente "interessati".

Gli stessi Compratori dichiarano – nella significativa percentuale del 72% – che il loro giro d'affari sarebbe "avvantaggiato di + del 50%" se fosse garantita una trasparenza totale a fronte di dichiarazioni false e mendaci che confondono il consumatore. Il prodotto pelliccia è un prodotto dall'alto valore aggiunto che necessita di conoscenze anche tecniche per essere compreso.

I dati economici relativi all'inverno scorso (gli ultimi disponibili data la stagionalità del prodotto) collocano il valore wholesale della produzione di pellicceria italiana 2007 a 957 milioni di euro, posizionando il consumo italiano a 856 milioni di euro a valore wholesale e a 1.626 milioni di euro a valore retail (Fonte: Ricerca Pambianco per Associazione Italiana Pellicceria).

È anche da queste premesse più propriamente commerciali che nasce oggi l'importantissimo impegno di **MIFUR** e quindi anche di **SMALL VILLE: "Falso? Veramente no"**. Una campagna che sottolinea come la realtà economica in cui oggi viviamo dovrebbe essere fatta di internazionalità, ma di una internazionalità che considera come fondamentale la protezione degli aspetti immateriali (conoscenza e creatività) contenuti nei prodotti che percorrono i diversi mercati.

MIFUR, insieme a MIPEL, MICAM, MIDO, MACEF e L'ARTIGIANO IN FIERA, aderisce alla campagna sull'anticontraffazione di FIERA MILANO che sintetizza il suo messaggio anche attraverso il cubo anticontraffazione che, esposto all'uscita della metropolitana, accoglierà tutti i visitatori delle esposizioni di Fiera Milano Rho.

Ufficio Stampa

Valentina Visigalli – SAE COMUNICAZIONE INTEGRATA

Tel. + 39.02.33.11.003 – Cell. + 39.393. 91 111 36 press@saecomunicazione.it

Corso Venezia, 38
20121 Milano - ITALIA

C.F. 97179610155
P.I. 12143280159

ENTE FIERISTICO MIFUR

Tel. +39/02.76.00.33.29
Tel. +39/02.76.00.33.15
Fax +39/02.76.02.20.24
fieramifur@wms.it
www.mifur.com