

V Edizione 2022
PROGRAMMA

Il Corso prevede 56 ore di lezione suddivise in 6 moduli frequentabili singolarmente. Le lezioni si svolgeranno in modalità mista.

I Modulo

venerdì 4 marzo
Orario 10-18

LA MODA TRA IMPRESA, CULTURA E DIRITTO

Paola Lucarelli | Università di Firenze - Presidente Scuola di Giurisprudenza
Vittoria Barsotti | Università di Firenze
Barbara Pozzo | Università dell'Insubria
Lucrezia Palandri | Università di Firenze

II Modulo

giovedì 10 marzo | **Orario 14-17**
venerdì 11 marzo | **Orario 10-19**

CONTRATTI E STRUMENTI DI TUTELA DELLA CREATIVITÀ

Giovedì

Dominique Feola | Università dell'Insubria
Il contratto di distribuzione nella filiera della moda

Venerdì

Rossella Cerchia | Università di Milano
Concession agreements ed altri contratti

Claudia Del Re | Avvocato del Foro di Firenze
Tutelare la creatività nella fashion industry

III Modulo

giovedì 17 marzo | **Orario 14-18**
venerdì 18 marzo | **Orario 10-18**

TUTELA DEL MADE IN ITALY E NUOVE TECNOLOGIE

Giovedì

Angelo Arcuri | Confindustria Firenze
La contraffazione nel settore moda: impatto economico e aspetti manageriali

Francesco Cingari | Università di Firenze
La tutela penale del Made in Italy

Venerdì

Arcangelo D'Onofrio | TEMERA
Gianluigi Muscas | Avvocato del Foro di Milano
*Lotta alla contraffazione e nuove tecnologie nel mondo della moda:
RFID, blockchain, intelligenza artificiale*

Claudia Del Re | Avvocato del Foro di Firenze
Contraffazione online e rimedi giuridici

IV Modulo

venerdì 25 marzo

Orario 10-19

INTERNATIONAL IMPORT/EXPORT, QUESTIONI DOGANALI E FISCALITÀ

Fabrizio Vismara | Università dell'Insubria

Import/export dei prodotti della moda e diritto doganale

Stefano Dorigo | Università di Firenze

Giuseppe Abatista | FERRAGAMO

Fabio Iannacci | GUCCI

Lorenzo Parrini | DELOITTE ITALIA

Finanza e fisco per le imprese della moda: casi pratici

V Modulo

venerdì 1 aprile

Orario 10-18

DIGITAL MARKETING, INFLUENCERS E NUOVI MERCATI

Thomas Brownlees | University of Durham

Strategie di inbound marketing per aziende di moda: la centralità del consumatore e le nuove tendenze di mercato

Giangiacomo Olivi | Avvocato del Foro di Milano

Intelligenza artificiale, dati e nuove tecnologie nella filiera della moda: digital marketing, e non solo

Angela Carpi | Università di Bologna

La moda e i difficili rapporti con la Cina

VI Modulo

venerdì 8 aprile

Orario 10-18

MODA, ECONOMIA CIRCOLARE E SOSTENIBILITÀ

Valentina Jacometti | Università dell'Insubria

Alberto Scaccioni | Centro di Firenze per la Moda Italiana

Marco Ricchetti | Blumine

Marco Tortora | FAIR Italy