

 $FRAILEGALI\,CHE\,OPERANO\,NELLA\,MODA,\,SOTTO,\,DA\,SINISTRA:\,ELENA\,VARESE,\,PIERO\,VENTURINI,\,LUCA\,ARNABOLDI,\,ALEXIA\,MARIA\,AMELLA\,FALCO;\,IN\,BASSO:\,EUGENIO\,BRIGUGLIO\,E\,MONICA\,RIVA\,ANDI ANDIO AN$ 



## **TUTELA**



# **SU MISURA**

### **DI MARTINA FERRARO**

Sostengono i marchi nelle acquisizioni strategiche, difendendo la proprietà intellettuale ma anche anticipando i principali trend. Sono gli avvocati specializzati in fashion law, professionisti capaci di recepire rapidamente le esigenze del dinamico mondo della moda

### TAILOR MADE LAWYERS

TALIOR MADE LAWYERS

Luigi Bocca, Eugenio Briguglio, Alexia Falco, Valentina Santini, Stefano Valerio, Piero Venturini, Emiliano Nitti, Maria Boletio, Gabriele Lazzaretti. These are just some of the leading fallani fashion lawyers, those who support fashion houses on all aspocts and legal processes, from assisting oluming coporate mas operations to all those practices aimed at protecting fashion brands. «Fashion lawyers have a specific knowledge of the fashion market and rely on continuous assistance to companies operating in the sector to anticipate the main market trends for their clients», Eisna Versee and Davide Rossetti, both co-heads of consumer goods, food and retail sector at

Dia Piper, a multinational legal services company present in over 30 countries, explained to MFF. Fashion lawyers, they continued, support brands in strategic acquisitions, often providing new solutions to known problems. For example, in the acquisition of a company, until a few years go one would never have thought of carrying out sistantiability due diligence or an investigation into the company's web reputation, hely clarified. Fashion lawyers also support companies in day-by-day activities and represent an important link in the production and promotional process: for example, the clearance of advertising claims or product collections, with verification of the existence of any prior rights of third parties, through to the selection of

products worthy of IP protection and litigation in the courts to protect the shape of iconic products or their distinctive signs, win times of inancial stress, fashion lawyers are sesential in guiding clients through possible restructuring operations and mergers between groups, added Varese and Rossetti. As Matteo Migliore, founder of Logaldesk (management software for law firms and the legal agends, ed.) explains, fashion law is a specialist field to all internal and purposes and includes buth owl and criminal law and, specifically, concerns the protection of intellectual property, commencial law, the fight against counterfeiting, and customs law. A lawyer specialising in fashion law can deal with matters relating to small, medium-sized and large

companies as well as individuals, designers or small encompanies as well as individuals, designers or small en-trepreneurs. A law firm, or the individual lawmer, can offer a complete service to the client and follow him from the design stages of a brand, a fabric, a model and so forth. Then they can also follow the client during the production, distribution and promotion of the services and product reseted, always protecting the brand. A firm of asso-ciates, for example, can offer a fashion law service and subdivide the various practices among the professionals. In this case, the legal team, whose members are specified in the various branches of faw, will work synergistically with an approach that is entirely multidisciplinary prag-matic and, above all, aimed at achieving the objectives





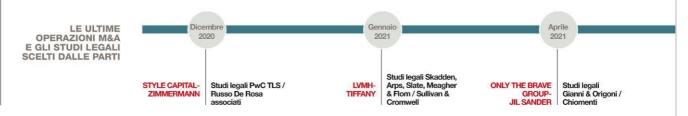
NELLA FOTO, L'HEAD QUARTER DI OTB A BREGANZE (VI)

uigi Bocca, Eugenio Briguglio, Alexia Falco, Valentina Santini, Stefano Valerio, Piero Venturini, Emiliano Nitti, Maria Boletto, Gabriele \_azzaretti. Questi sono solo alcuni dei principali fashion lawyer italiani, coloro che supportano le maison su tutti gli aspetti e i processi legali. dal sostegno durante operazioni di corporate m&a (fusioni e acquisizioni, ndr) fino a tutte quelle pratiche atte a tutelare i marchi moda. «Gli avvocati della moda hanno una conoscenza specifica del mercato fashion e fanno leva sulla assistenza continuativa a società che opera no nel settore per anticipare ai clienti i principali trend di mercato», hanno spiegato a MFF Elena Varese e Davide Rossetti, entrambi co-head consumer goods, food and retail sector di Dla Piper, multinazionale di servizi legali presente in oltre 30 Paesi. I fashion lawyer, hanno proseguito, sostengono i brand nelle acquisizioni strategiche fornendo spesso nuove soluzioni a problemi noti. «Ad esempio, nell'acquisizione di una società, fino a qualche anno fa non si sarebbe mai pensato di procedere a una sustainability due diligence o a un'indagine sulla web reputation dell'azienda», hanno chiarito. Gli avvocati della moda supportano le società anche in attività dav by dav e costituiscono un anello importante del processo pro duttivo e promozionale: si pensi, per esempio, alle attività di clearance dei claim pubblicitari o delle collezioni di prodotto, con verifica dell'esistenza di eventuali diritti anteriori di terzi, fino ad arrivare alla selezione dei prodotti meritevoli di tutela Ip e all'attività contenziosa nei tribunali per proteggere la forma dei prodotti iconici o loro segni distintivi. «Nei periodi di stress finanziario, gli avvocati della moda sono poi essenziali per condurre i clienti nelle ntuali operazioni di ristrutturazione e nelle operazioni di fusioni tra gruppi», hanno aggiunto Varese e Rossetti. Come spiega Matteo Migliore, fondatore di LegalDesk (software gestionale per lo studio legale e l'agenda legale, *ndr*), il fashion law è un campo specialistico a tutti gli effetti e include il diritto sia civile sia penale e, nello specifico, riguarda la tutela delle proprietà intellettuali, il diritto commerciale, la lotta alla contraffazione, il diritto dogana-le. L'awocato specializzato in fashion law può occuparsi di pratiche inerenti a piccole, medie, grandi imprese e anche relative a singoli, a stilisti o piccoli imprenditori. Uno studio legale, o il singolo uomo di legge, può offrire un servizio completo all'assistito e seguirlo fin dalle fasi di ideazione di un brand, di un tessuto, di un modello e simili. Poi potrà seguirlo anche in fase di produzione, di distribuzione, promozione dei servizi e del prodotto creato e sempre tutelando il marchio. Uno studio di associati, per esempio, può offrire un servizio di fashion law e suddividere le varie pratiche tra i professionisti. In questo caso il team legale, i cui membri sono specializzati nel le varie branche del diritto, lavoreranno sinergicamente con un approccio del tutto multidisciplinare, pragmatico soprattutto, finalizzato al raggiungimento degli obiettivi e alla tutela del cliente e delle sue opere intellettuali

e creative. «Essere fashion lawver» ha detto a MFF Gabriele Lazzeretti, socio fondatore dello studio Spheriens, «richiede, oltre a una approfondita e rigorosa conoscenza giuridica del settore della proprietà intellettuale e degli orientamenti giurisprudenziali e dottrinari, una mente elastica capace di recepire rapidamente le esigenze e nuovi trend del vulcanico mondo della moda e di fornire risposte pragmatiche». Il lancio di nuove collezioni e campagne pubblicitarie che talvolta si esauriscono nell'arco di pochi mesi, ma anche la necessità di tutelare i marchi storici e i prodotti iconici delle case di moda, esigono la necessità di approntare strategie difensive rapide, talvolta preventive, con consulenze e confronti in azienda o, successivamente, azionando tutti gli strumenti legali che l'ordinamento prevede in materia. Dal ricorso, in ambito civile, alla tutela cautelare per rispondere tempestivamente alle violazioni dei diritti di proprietà intellettuale, fino alla collaborazione e supporto dell'attività di prevenzione e contrasto al fenomeno della contraffazione portato avanti dalle forze dell'ordine e dalle autorità doganali. «È facile così spaziare dalla tutela dei marchi non convenzionali. come la forma di un prodotto, di una fibbia o la combinazione distintiva di colori, alla protezione dei designi e quindi dell'estetica di capi di abbigliamento, articoli di pelletteria, gioielleria e accessori in generale. Un occhio sempre più vigile è andato nell'ultimo ventennio al mondo di internet e più recentemente a quello dei social su cui si sono svolte e si presenteranno le sfide del futuro», ha precisato Lazzeretti. Oltre ai già citati Spheriens (che segue alcune pratiche per Salvatore Ferragamo ma anche alcuni brand di Lvmh, ndr) e DLA Piper sono diversi gli studi che operano nel campo moda, come Adacta, sempio ha seguito in parte Otb-Only the Brave Group di Renzo Rosso nelle pratiche di corporate m&a, lo studio Carnelutti che invece ha affiancato Missoni sia ne commercial law sia nell'm&a e Baloh Lauren Corporation per il real estate. E, ancora, Cla Consulting con Moschi no per l'aspetto tax, Dinovi professionisti associati con Roberto Cavalli, Deloitte tax & legal con Balmain, Gatti Pavesi Bianchi con Yoox di Federico Marchetti e l'm&a di New Guards Group. In conclusione, evidenzia sempre Matteo Migliore, il fashion law potrà occuparsi, sempre in vista di un lavoro completo e preciso, di differenti servizi per il cliente. Tra questi: protezione delle proprietà intellettuali, tutela del made in Italy, del brand creato e supporto nella deposizione di tale marchio, avvio di start up, finanziamenti e crowdfunding, private equity, angel investors, gestione del contenzioso, lotta alla contraffazione, antifrode, tutela doganale e tutela penale. Un legale esperto in fashion law dovrà comunque tenersi sempre aggiornato e, come visto, molti servizi e molte specialistiche sono del tutto settoriali, legate all'ambito del commercio, della moda e dell'avvio di aziende e relativa tutela di marchi, brevetti e prodotti. Il settore è vario ma promette anche un buon riscontro lavorativo e di commesse, con un ampio spettro di azione, (riproduzione riservata)



### TIMELINE







and protecting the client and his intellectual and creative works. -Baing a fashion lawyer-, Gabriele Lazzeretti, founding partner of Spherieris, told MFF, evoquires, in addition to a deep and ingrorus legal knowledge of the intellectual property sector and of the furispruciential and doctrinaire orientations, an elastic mind capable of quickly adnowledging the needs and new trends of the volcanic world of fashion and providing pragnatic answers. The Burnch of new collections and advertising campaigns that sometimes tast only a few months, but also the need to practed historic brands and conic products of fashion houses, require the need to prapare rapid, sometimes preventive, defensive strategies, with consultations and discussions in the company or subsequently, by using all the legal instruments that the law provides for the matter. From recourse, in oviil aw, to precautionary protection to respond promptly to infingements of intellectual property rights, to collaboration and support in the prevention and counterfaiting activities carried out by the police and customs authorities, at its therefore easy to range from the protection of unconventional trademarks, such as the shape of a product, a buckle or a distinctive combination of colors, to the protection of dosigns and consequently the aesthetics of oldring, leather goods, jevellery and accessories in general. Over the last twenty years, an increasingly watchful eye has been turned to the world of the Internet and, more coordy, to the world of social networks, where the Callenges of the future have occurred and will continue to occur, said Lazzerett. In addition to the above-mentioned Sphrenise (which, hor example, has party handled Penzo-Rossi's Otto-Only the Brave Group in corporate M&A cases-carnetut, which, hor example, has party handled for a fashion law will be able to deal with different services for the client, and will be able to deal with different services for the client, always with the air of a competed and procles work. These include: protec

work and orders, with a wide spectrum of action.

时尚体等
LUIGI BOCCA、 EUGENIO BRIGUGLIO、ALELUIGI BOCCA、 EUGENIO BRIGUGLIO、ALELIIA FALCO、VALENTINA SANTINI、STEPANO
VALERO, PIERO VESTURINI, EMILIANONITIT., MARIA
BOLIETTO, GABRIELLE LAZZAREITI, LÈS-LÈ - 经贷款的
意义利的尚律师。他们在法律各方面和限于上为时尚公司提
使支持。包基从企业并同这个部外所有使时间高期的人方。
在多个国家开展从企业并同这个部外所有使时间高期的人方。
在多个国家开展从企业并同这个管理上四人 VARESE和DAVIDE
ROSSETTIP用的高端体MTT表示。时尚中即求特高市场专用从的
分(解、并在该对在该市中经营的公司的结关的助,为决等
户预制主要市场趋势。"他们还说,时尚申即求特高市场专用从格的
分(解、并在该公司的运输后率更进行离子。他们选进,时尚停 现本在日常活动中为公司提供支持。是工产和推广过程中的
一种国家环节,例如、对广告中海或产品系统进行事体、使分 接着各个存在任何第二方等在先权 阿、选择相邻如广学校科 第一次和SSES和SES和SES和SES和SES和SES和SES和等的合。并在该使起路等能以保护标论性产品的外观或其特 特殊所述。VARNSEARROSSETTAN长说,在现今年期,全位 使,时间律师任指导客户进行可能的重建行动外继续即的 使,时间律师任指导客户进行可能的重建行动外继续即的合并 方面设定得至大重要。"企业们区ALDESA"(特种联系的价法 体,我同律的管理软件。编者注)的创始人MATTEO MIGLIORE 所解释的那样、时尚法本导致是一个专业领域,也所设记的RE





## **NEWS**





### MONCLER-STONE ISLAND, IL MAXI DEAL INATTESO

Nonostante la crisi pandemica abbia colpito non poco il fashion&luxury, l'ultimo anno è stato di grande fermento per l'm&a della moda. Tra le operazioni più interessanti e inattese c'è quella che vede protagonisti Moncler e Stone Island. Si tratta di un maxi deal da 1,15 miliardi di euro ufficializzato lo scorso dicembre e che ha visto il gruppo di Remo Ruffini rilevare il 100% di Sportswear Company, la società di Carlo Rivetti a cui fa capo il marchio di Ravarino. «È un'unione di due brand italiani con gli stessi valori, lo stesso rigore gestionale, la stessa passione per l'innovazione», ha dichiarato Ruffini. Che si stiano gettando le basi per un polo fashion nel segno del Made in Italy? (riproduzione riservata)

SOPRA, DA SINISTRA: IMMAGINE DALLA COLLEZIONE MENSWEAR AII 2021/22 DI MONCLER; UNA CAMPAGNA STONE ISLAND A-I 2021/22

### **INTERVIEW**

## Gabriele Lazzeretti (Spheriens): «Una professione in evoluzione con internet e nuove tecnologie»

Gabriele Lazzeretti, partner e socio fondatore dello studio legale Spheriens. Lei è uno dei più noti avvocati della moda. Di cosa si occupa in particolare? Da ormai 25 anni mi occupo di proprietà intellettuale avendo fatto parte prima di un gruppo di avvocati che, in qualità di off counsel, assisteva una primaria società di consulenza in materia di Ip e poi avendo fondato nel 2009 con altri colleghi lo studio di cui anche oggi faccio parte e che dal 2018 ha cambiato nome e immagine: lo studio legale Spheriens con sede a Firenze, Milano e Roma Cosa è cambiato in questi 25 anni?

Nell'arco di un quarto di secolo ho avuto modo di sviluppare un expertise legale nel campo della moda, avendo lo studio assistito numerose e celebri griffe del panorama italiano e internazionale. Si è trattato di un periodo storico molto

dinamico in cui l'evolversi continuo delle strategie dei contraffattori, il mutamento dei mercati e l'avvento di internet e di nuove tecnologie ha richiesto alla figura del fashion lawyer di adattarsi e adeguarsi alle ripetute e mutevoli sfide per la tutela del lavoro creativo delle case di moda.

### Lei segue da 15 anni Louis Vuitton. Ci racconta qualche episodio legato al marchio?

Tra i molti casi trattati nel corso della nostra attività professionale ne ricordo alcuni recenti che hanno segnato un mutamento giurisprudenziale, quali la decisione n. 51696/2018 della Cassazione che ha stabilito che l'escamotage di registrare un marchio o un design che imita un segno distintivo altrui anteriore da parte dei contraffattori (nel caso di specie, un'imitazione del celebre marchio figurativo "Toile monogram" di Louis Vuitton) non costituisce una scriminante alla successiva vendita di prodotti contrassegnati dal segno imitante registrato, implicando pur sempre la responsabilità penale del contraffattore. Oppure, sempre con riferimento alla nota casa di moda francese, la decisione della Cassazione n. 29791/20 che ha riconosciuto validità e tutela al celebre motivo a scacchi conosciuto come "Damier" che contraddistingue molti articoli di pelletteria del marchio francese. (riproduzione riservata)



### MONCLER-STONE ISLAND, THE UNEXPECTED MAXI DEAL

MONCLER-STONE ISLAID, THE UNEXPECTED MAXI DEAL Despite the impact of the pandemic orisis on the fashion/slouny socior, the last year has been one of great excitement for fashion mila. One of the most interesting and unexpected deals was the one involving Moncler and Stone Island. This is a mast deal worth 1.15 billion euros, which was officially announced last December and which saw Flame Ruffin's group take over 100% of Sportswear company, the Carlo Rivetti-owned company controlling the Raiceino brand. «It is a union of two flatien brands with the Raiceino brand. «It is a union of two flatien brands with the same waluss, the same management rigour, the same passion for innovation, Ruffin's add. Might their foundations for a Made in flaty fashion hub be laid?

# 盟可睐(MONCLER)与石头岛(STONE ISLAND), 出乎意料的

型可能MONCIEN与近头站FIONE ISLANDI,出于这种均 大型交易 尽管新距胶性对时海阳常能高行业造成了严重打击。但去年 对时尚并海来返是一个巨大的资格制。最存值用计变料 的交易之一是盟可除和石头岛的交易。这是一笔价值口多级 欧元的能大交易,去年与廿正大党或,ISMO RUFTIN所等 它的盟可拿起闭印或地防了CARLO RIVETIN所等用品公 司。RUFTIN说:"这是两个意大利品前的结合、它们具有相同的价值观,必得到明的部分。"这是存在 在为打造意大利制态时的中心奠定基础?

GABRIELE LAZZERETTI (SPHERIENS): "随着互联网和新技术的发展,一个职业在不断演变。"



些业务? 我从事知识产权工作已有25年之久、最初是作为一个律师小组 現从事如近"权工作已有25年之久、最初居作为一个律师小组的成员。以非特许德的身份的一家要允许加到不按的确分司。然后在2000年主我他同事一起创立了现有的律职并分界。 日本2000年以来,带条所改变了各场的现象。即8户HERENS律师 半多界。在德罗伦伊、米兰和罗马马设有办事处。 在德罗伦伊、米兰和罗马马设有办事处。 在这二十五年里,我有机会在时尚领域不断习得法律专业知识,曾参加过许多和名位或人科和制制。这是一个事态 证明,曾参加过许多和名位或人科科制制品牌。这是一个事态 就好的力度引,随着看着解的方确定,让两位交化以及 互联项和的技术的出意。要求时尚标题近在积小层调整。以 您对除时候等公司知识不仅约一定万化的标案。 您与路务就是合作15年了,您能办我们许这一些与品牌有关 的事情吗?

的事等吗? 在业务处理的众多案件中,我想提及最近一些标志看判例法变 化的案件。如最高法愿第5100/2018号却决。该其决确定了侵 权人正规榜的他人在先是着标志的游标或进行《在本案中,使 你帮易成是著名的市志是性环境的 并不构成邮份情形显存注 来提供陈正产品的信日。同时也或珠看很大人的刑事责任。另 一个关于这一法圈时最显得的是,最高法院第2791/20号被决 承认了非监辖图案价有效性和保护、该销录是该法国品等种多 皮革制品的特征。

### ROSSO AND OTR. ACQUISITIONS AND FOUNDATIONS

ROSSO AND OTE, ACQUISTRONS AND FOUNDATIONS
Fashion lawyers play a crucial role in all mas operations
of the groups or brands they follow. Fashion lawyers
support brands is instrategic acquisitions, often providing
new solutions to known problems. In Italy, the company
with the highest number of transactions is undoubtedly.
Otb-Only the brane group of Penzo Rosso. The Venetian
entrepreneur first founded Diesel in 1978 and then took
full control in 1985. In 2000 he acquired Staff International. a jewel of Italian design, which develops, produces
and distributes under iconce the collections of a number
of international hearths such as Ponquard? and, list Cavtill control in 1985. in 2000 he acquired Staff international, a jewel of tallain design, which develops, produces and distributes under licence the collections of a number of international brands such as Dequared 2 and Just Cavalli. In 2002 Rosso founded Only the Brave, the group that would have controlled at the fashino companies in his portfolio. In the year of its founding. Only the brave became the main shareholder of Meison Margiela ( the company acquired thill control of the brand in 2008) while in 2008 it acquired a majority stake in VikerSRolf. In the same year, the company set up its non-profit organisation, Only the brave foundation, aimed at developing projects with a strong social impact. In 2011, Posso, drawing on his 30 years of experience in the world of children's clothing, founded Brave kid, a company entirely dedicated to the design, research and clevelopment, production and distribution of children's clothing, counded Brave kid, a company entirely dedicated to the design, research and clevelopment, production and distribution of children's clothing collections. In 2012, Only the brave to an enamed Otto. In 2013, the group then invested in Millan-based buruy house Marni, Finally, this year the company further expanded its brand portfolio by burgh 41 Sander, a German label founded by the designer who gave it its name in 1968 and designed by Luke and Lucie Meier since 2017, it was the international law firm Glami 8. Origoni that assisted the international law firm Glami 8. Origoni that assisted by the designer who gave it its name in 1968 and designed by Luke and Lucie Meier since 2017, it was the international law firm Glami 8. Origoni that assisted by the designer of the 1000 for Jil Sander owned, since 2008, by the Japanese group Onward holdings, which was instead handled by Chicmenti. To-day the group is assisted, among others, for the corporate MAR sich by batth the think offices all ower the world. Hatto could include contemporary alternative laway brands. But that's not all: the entrepr

### ROSSO 及OTB集团,在收购和基金会之间



**CASE HISTORY** 

# ROSSO E OTB TRA ACQUISIZIONI E FONDAZIO

Dal 2002, anno della creazione di Only the Brave, Renzo Rosso ha lanciato nuovi marchi, rilevato quote di società e dato vita a un'organizzazione no-profit. Fondamentale il ruolo degli studi legali che lo hanno supportato, come Gianni & Origoni, Dentons e Adacta



I fashion lawyer ricoprono un ruolo cruciale in tutte le operazioni di m&a dei gruppi o marchi loro clienti. In Italia la società ad aver messo a se gno il maggior numero di transazioni è sicuramente Otb-Only the Brave Group di Benzo Bosso. L'imprenditore veneto ha dapprima fondato Diesel nel 1978 e poi nel 1985 ne ha assunto il pieno controllo. Nel 2000 ha acquisito Staff International, gioiello del Made in Italy che sviluppa, produce e distribuisce su licenza le collezioni di una serie di marchi internazionali come Dsquared2 e Just Cavalli. Nel 2002 Rosso ha fondato Only the Brave, il gruppo che avrebbe controllato tutte le aziende moda in portfolio, Nell'anno della sua fondazione, Only the Brave diventa il principale azionista di Maison Margiela (2006 la società acquisisce il pieno controllo del brand), mentre nel 2008 ha rilevato una quota di maggioranza di Viktor&Rolf. Nello stesso anno l'azienda dà vita alla sua organizzazione no-profit, Only the Brave Foundation, volta a sviluppare progetti con una valenza sociale di forte impatto. Nel 2011, Rosso, facendo leva sulla sua esperienza trentennale nel mondo dell'abbigliamento per bambini, ha fondato Brave Kid, un'azienda interamente dedicata al design, ricerca e sviluppo, produzione e distribuzione di collezioni di abbigliamento per bambini. Nel 2012, Only the Brave è stato ribattezzato Otb. Nel 2013, il gruppo ha poi investito nella casa di lusso milanese Marni, conosciuta nel mondo per la sua estetica spigolosa e stravagante, per poi assumere il pieno controllo della label nel 2015. Nel 2019, Otb ha acquisito una quota di minoranza nell'etichetta di lusso Amiri, Infine, quest'anno la società ha ulteriormente ampliato il proprio portafoglio di marchi comprando Jil Sander, etichetta tedesca fondata dalla stilista che le ha dato il nome nel 1968 e disegnata da Luke e Lucie Meier dal 2017. È stato lo studio legale internazionale Gianni & Origoni ad assistere Otb nell'acquisizione del 100% di Jil Sander di proprietà. dal 2008, del gruppo giapponese Onwvard Holdings, che invece è stato seguito da Chiomenti. Oggi il gruppo è seguito, tra gli altri, per il lato corporate m&a sia dall'avvocato Luigi Bocca di Adacta, il più grande studio di consulenza societaria, fiscale, legale e aziendale del Nordest d'Italia, sia da Piero Venturini, fashion lawyer di Legance. Per l'aspetto ip&it (tutto ciò che ha a che fare con la tutela della proprietà intellettuale) Otb si affida a Giovanni Francesco Casucci di Dentons, multinazionale di studi legali con sedi in tutto il mondo. Renzo Rosso, in più occasioni, ha ribadito l'interesse del suo gruppo verso future opportunità di acquisizione che potrebbero comprendere marchi contemporanei di lusso alternativo. Ma non solo: l'imprenditore potrebbe prendere in conside razione anche di rilevare realtà del Made in Italy. (riproduzione riservata)