



CONTRIBUTO E PROPOSTE DI FEDERAZIONE MODA ITALIA-CONFCOMMERCIO AL TAVOLO DELLA MODA PRESSO IL MISE

A seguito dell'incontro del Tavolo della Moda del 14 luglio, esprimiamo le nostre proposte finalizzate al rilancio del settore moda, che riteniamo sia la spina dorsale economica delle nostre città per numero d'aziende (con **191.544 punti vendita** tra imprese attive e unità locali in Italia) ed **occupati** (con **278.964 addetti**) **nel settore commerciale italiano**, formalizzando le seguenti considerazioni e richieste.

Federazione Moda Italia è la **Federazione di settore** che rappresenta le imprese della distribuzione commerciale del tessile, abbigliamento, calzature, pelletteria, accessori, tessile per la casa e articoli sportivi. Imprese che adottano il Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro per i dipendenti da aziende del Terziario sottoscritto da **Confcommercio** e dai **Sindacati dei lavoratori**.

Secondo gli ultimi dati dell'Istat dell'Indice generale dei prezzi al consumo di giugno 2022, l'inflazione è schizzata all'8%, ma le variazioni tendenziali di abbigliamento e calzature sono aumentate di solo l'1,7%. Possiamo, sostanzialmente, dire che in questo settore fino ad ora poco o nulla è cambiato sul fronte dei prezzi alla vendita.

Ci teniamo a ricordare che, per quantità e qualità, i negozi di moda non sono e non vanno considerati "semplici negozi", ma una "grande infrastruttura economica, sociale, relazionale e culturale" diffusa in tutte le città. Risulta, quindi, fondamentale lavorare insieme su un nuovo scenario di economia e prossimità, anche in funzione degli obiettivi turistici.



La nostra categoria, nel periodo pandemico, è stata la più vessata e la meno ristorata. E, pur essendo la moda con i suoi negozi una componente fondamentale per le scelte di destinazione turistica, identificativa di ogni città, è stata anche dimenticata dagli importanti contributi a sostegno del turismo nel PNRR.

L'andamento delle vendite di questo 2022 è ancora altalenante e non ci permette una visione di breve medio periodo. Sarà, però, determinante guardare alla seconda parte dell'anno ed al prossimo futuro che si prospetta alquanto incerto.

Sul versante prezzi – terminati il PITTI e la Fashion Week milanese – i nostri buyer hanno già riscontrato sulle prossime collezioni un incremento medio da parte dei fornitori del 12% che si sommerà sicuramente agli aumenti dei costi del retail, con spese vive e di gestione difficilmente sostenibili. È chiaro che i negozi, che già sopportano una parte di questi aumenti, subiranno, anche con un'inflazione sempre più galoppante, l'incremento dei canoni di locazioni, dei costi per carburanti ed energetici insieme ai costi quotidiani per la conduzione della propria attività.

La situazione è grave.

Siamo perfettamente consapevoli che sarà ancor più complicata nel prossimo futuro e auspichiamo che da questo Tavolo possa partire un nuovo impulso per misure a sostegno dell'intero settore moda.

LE PROPOSTE DI FEDERAZIONE MODA ITALIA

In perfetta sintonia con quanto richiesto dal Presidente di Confcommercio, **Carlo Sangalli**, le priorità che **Federazione Moda Italia** reputa **urgenti** per imprese e cittadini riguardano gli interventi sulla riduzione di:

- **caro energia**
- **cuneo fiscale**



Sono, inoltre, importanti:

- a) **riduzione dell'aliquota massima dell'iva del 22% su abbigliamento, calzature, pelletteria, accessori e articoli sportivi.** Questo al fine di sostenere il potere di acquisto dei consumatori;
- b) **contributi sotto forma di credito d'imposta per le locazioni degli esercizi commerciali della moda;**
- c) **rottamazione dei capi usati** con una serie di incentivi alle imprese che ritirano e raccolgono prodotti obsoleti con l'obiettivo di promuovere il riciclo delle fibre e di rilanciare al contempo i consumi in un contesto eco compatibile;
- d) **sgravi fiscali e crediti d'imposta alle imprese commerciali della moda per la donazione di eccedenze di magazzino dei negozi.** Ciò consentirebbe, snellendo le procedure, di donare i beni assolvendo un ruolo sociale ed ambientale.

Federazione Moda Italia si mette a disposizione del Tavolo della Moda per affrontare in maniera specifica ulteriori temi legati al **rilancio del *fashion retail*:**

- e) **valorizzazione e sostegno dei negozi storici;**
- f) **incentivi all'apertura dei negozi di moda** con particolare attenzione alle **imprese di giovani e femminili;**
- g) **facilitazioni per il passaggio generazionale e la cessione di azienda o rami di azienda** per dare continuità alle attività di famiglia o anche favorire l'inserimento di soggetti terzi;
- h) **previsione di crediti d'imposta agli operatori commerciali** per l'acquisto di prodotti **dichiarati eco-compatibili.**
- i) **bonus moda ai consumatori** per l'acquisto di prodotti di moda, abbigliamento, calzature, pelletteria, accessori e articoli sportivi, **sull'esempio del bonus mobili e ecobonus auto.**
- j) **risorse economiche ed incentivi** per la **trasformazione digitale del *retail* della moda;**
- k) **formazione** per giovani su **sartoria e *retail*;**



- l) **congrua *web tax* e imposta minima globale** sui ricavi dei colossi del web. Saranno soluzioni fondamentali per riequilibrare i rapporti di forza in uno stesso mercato che non può avere regole diverse.
- m) **percorso di digitalizzazione di ordini e bolle di accompagnamento attraverso un protocollo unico nazionale** che preveda uno stesso modello da condividere tra fornitori e operatori commerciali nei corrispettivi sistemi gestionali.

Tutto questo sarà possibile anche con un impegno preciso da parte della **filiera della moda** dove produttori, trasformatori, agenti e rappresentanti, *retail* e negozi di vicinato potranno **condividere in maniera sinergica questo sconsiderato aumento dei costi** con un **patto tra le parti sociali per una “filiera etica e sostenibile”**.

Il progetto di Federazione Moda Italia è rivolto alla valorizzazione delle imprese che vogliono attivare un percorso innovativo e creativo in un mercato in evoluzione, con l'obiettivo del mantenimento e dell'incremento dei posti di lavoro, garantendo alle aziende e ai loro dipendenti una qualità di vita e di lavoro migliore.