AskaNews, venerdì 16 dicembre 2022
Consumi, Federmodaitalia: per Natale contesto difficile ma sorprese

Consumi, Federmodaitalia: per Natale contesto difficile ma sorprese Accelerare il taglio delle tasse Roma, 16 dic. (askanews) - Dopo un novembre che registra un calo medio del 2,4% delle vendite di prodotti di moda rispetto al 2021, Federazione Moda Italia-Confcommercio confida in una crescita degli acquisti negli ultimi giorni prima del Natale. Dai monitoraggi sui negozi associati, spiega la federazione, nel 2022 si è visto il segno positivo solo ad aprile (+3,5%), maggio (+5,7%) e agosto (+1%); tuttavia, lascia ben sperare il fatto che tra i regali più desiderati di questo Natale ci siano gli intramontabili prodotti di moda, dalla maglieria ai pantaloni, dai piumini agli abiti e giacche, dalle scarpe alle sneaker, dalle borse di qualità agli immancabili accessori, fino agli articoli sportivi. Per Giulio Felloni, presidente nazionale di Federazione Moda Italia-Confcommercio: "non si può parlare di ripresa dei consumi di moda, viste le performance di vendita altalenanti ma, complice la stagione più fredda, l'esplosione del turismo nel ponte dell'Immacolata nelle città d'arte e di vacanza e la prevedibile crescita degli acquisti più importanti e ragionati degli ultimi giorni, si respira un rinnovato spirito di festa che fa ben sperare in un buon Natale tanto per i consumatori quanto per i commercianti. Crediamo in quello che vogliamo definire l'ottimismo della ragione, ma l'incertezza per il caro energia, l'impennata dell'inflazione e dei costi dei consumi obbligati preoccupano ancora i nostri operatori. Non possiamo permetterci ulteriori passi falsi. La ricetta per rilanciare la fiducia è quella di accelerare il taglio delle tasse, a partire dall'Irpef e dagli oneri contributivi a carico delle imprese, come pure sarebbe importante estendere la cedolare secca alle locazioni commerciali".

- -

ADN Kronos, venerdì 16 dicembre 2022
NATALE: FEDERMODA CONFIDA IN RIPRESA DOPO NOVEMBRE CON VENDITE -2,4% =

Dopo un novembre che registra un calo medio del 2,4% delle vendite di prodotti di moda rispetto al 2021, Federazione Moda Italia-Confcommercio confida in una crescita degli acquisti negli ultimi giorni prima del Natale. Dai monitoraggi sui negozi associati, nel 2022 si è visto il segno positivo solo ad aprile (+3,5%), maggio (+5,7%) e agosto (+1%); tuttavia, lascia ben sperare il fatto che tra i regali più desiderati di questo Natale ci siano gli intramontabili prodotti di moda, dalla maglieria ai pantaloni, dai piumini agli abiti e giacche, dalle scarpe alle sneaker, dalle borse di qualità agli immancabili accessori, fino agli articoli sportivi. Per Giulio Felloni, Presidente nazionale di Federazione Moda Italia-Confcommercio ''non si può parlare di ripresa dei consumi di moda, viste le performance di vendita altalenanti ma, complice la stagione più fredda, l'esplosione del turismo nel ponte dell'Immacolata nelle città d'arte e di vacanza e la prevedibile crescita degli acquisti più importanti e ragionati degli ultimi giorni, si respira un rinnovato spirito di festa che fa ben sperare in un buon Natale tanto per i consumatori quanto per i commercianti". "Crediamo in quello che vogliamo definire l'ottimismo della ragione, ma l'incertezza per il caro energia, l'impennata dell'inflazione e dei costi dei consumi obbligati preoccupano ancora i nostri operatori. Non possiamo permetterci ulteriori passi falsi. La ricetta per rilanciare la fiducia è quella di accelerare il taglio delle tasse, a partire dall'Irpef e dagli oneri contributivi a carico delle imprese, come pure sarebbe importante estendere la cedolare secca alle locazioni commerciali'' conclude.

- -

Natale: Federmoda, contesto difficile ma con sorprese

Natale: Federmoda, contesto difficile ma con sorprese Torino, 16 dic. (**LaPresse**)

Dopo un novembre che registra un calo medio del 2,4% delle vendite di prodotti di moda rispetto al 2021, Federazione Moda Italia-Confcommercio confida in una crescita degli acquisti negli ultimi giorni prima del Natale. Dai monitoraggi sui negozi associati, nel 2022 si è visto il segno positivo solo ad aprile (+3,5%), maggio (+5,7%) e agosto (+1%); tuttavia, lascia ben sperare il fatto che tra i regali più desiderati di questo Natale ci siano gli intramontabili prodotti di moda, dalla maglieria ai pantaloni, dai piumini agli abiti e giacche, dalle scarpe alle sneaker, dalle borse di qualità agli immancabili accessori, fino agli articoli sportivi. Per Giulio Felloni, presidente nazionale di Federazione Moda Italia-Confcommercio: "Non si può parlare di ripresa dei consumi di moda, viste le performance di vendita altalenanti ma, complice la stagione più fredda, l'esplosione del turismo nel ponte dell'Immacolata nelle città d'arte e di vacanza e la prevedibile crescita degli acquisti più importanti e ragionati degli ultimi giorni, si respira un rinnovato spirito di festa che fa ben sperare in un buon Natale tanto per i consumatori quanto per i commercianti. Crediamo in quello che vogliamo definire l'ottimismo della ragione, ma l'incertezza per il caro energia, l'impennata dell'inflazione e dei costi dei consumi obbligati preoccupano ancora i nostri operatori. Non possiamo permetterci ulteriori passi falsi. La ricetta per rilanciare la fiducia è quella di accelerare il taglio delle tasse, a partire dall'Irpef e dagli oneri contributivi a carico delle imprese, come pure sarebbe importante estendere la cedolare secca alle locazioni commerciali".

- -

Natale:Federmoda, contesto difficile ma speriamo in sorprese

(**ANSA**) - ROMA, 16 DIC - Gli ultimi giorni prima del Natale potrebbero far registrare una crescita degli acquisti, dopo un novembre con un calo medio del 2,4% delle vendite di prodotti di moda rispetto al 2021. È la speranza di Federazione Moda Italia-Confcommercio: nonostante dai monitoraggi sui negozi associati nel 2022 si sia visto segno positivo solo ad aprile (+3,5%), maggio (+5,7%) e agosto (+1%), lascia ben sperare il fatto che tra i regali natalizi più desiderati ci siano i prodotti di moda, dalla maglieria ai pantaloni, dai piumini agli abiti e giacche, dalle scarpe alle sneaker, dalle borse di qualità agli accessori, fino agli articoli sportivi.
"Non si può parlare di ripresa dei consumi di moda, viste le performance di vendita altalenanti ma, complice la stagione più fredda, l'esplosione del turismo nel ponte dell'Immacolata nelle città d'arte e di vacanza e la prevedibile crescita degli acquisti più importanti e ragionati degli ultimi giorni, si respira un rinnovato spirito di festa che fa ben sperare in un buon Natale tanto per i consumatori quanto per i commercianti", afferma il presidente nazionale di Federazione Moda Italia-Confcommercio, Giulio Felloni.
"Crediamo - aggiunge – in quello che vogliamo definire l'ottimismo della ragione, ma l'incertezza per il caro energia, l'impennata dell'inflazione e dei costi dei consumi obbligati preoccupano ancora i nostri operatori. Non possiamo permetterci ulteriori passi falsi. La ricetta per rilanciare la fiducia è quella di accelerare il taglio delle tasse, a partire dall'Irpef e dagli oneri contributivi a carico delle imprese, come pure sarebbe importante estendere la cedolare secca alle locazioni commerciali". (ANSA).