



CONTRIBUTO FEDERAZIONE MODA ITALIA-CONFCOMMERCIO

**TAVOLO MODA
MINISTERO DELLE IMPRESE E DEL *MADE IN ITALY*
ROMA, 23 GENNAIO 2023**

Desideriamo, innanzitutto, ringraziare il Ministro delle Imprese e del *Made in Italy* – MIMIT, Adolfo Urso, per la convocazione di questo importante Tavolo a dimostrazione dell'attenzione del Governo nei confronti di un settore, quello della Moda, fondamentale per la produzione del PIL nazionale.

Un settore che si configura anche come spina dorsale economica delle nostre città, contando la presenza in Italia di 176.541 punti vendita tra imprese attive e unità locali che danno occupazione a 298.668 addetti (dato riferito al 30 settembre 2022). In questo scenario Federazione Moda Italia è la Federazione più importante del settore aderente a Confcommercio, che rappresenta le imprese della distribuzione commerciale del dettaglio e ingrosso moda, tessile, abbigliamento, calzature, pelletteria, accessori, tessile per la casa e articoli sportivi. Imprese che adottano il Contratto Collettivo Nazionale di Lavoro per i dipendenti di aziende del Terziario sottoscritto da Confcommercio e dai Sindacati dei lavoratori.

Quest'incontro è quanto mai opportuno perché ci permette di portare al Tavolo del MIMIT considerazioni, suggestioni, proposte e richieste di Federazione Moda Italia-Confcommercio, rappresentando anche un'occasione di confronto e dialogo con tutti gli operatori della filiera della moda.

Secondo gli ultimi dati dell'Indice generale dei prezzi al consumo di dicembre 2022 dell'Istat, l'inflazione è salita all'11,6%, ma le variazioni tendenziali di abbigliamento e calzature sono aumentate solo del 3,1%.



Nel nostro settore, fino ad ora, non ci sono stati particolari aumenti (e quei pochi sono stati ad oggi assorbiti dalle attività commerciali sul territorio) perché i prezzi si riferivano a collezioni acquistate 8 mesi prima della messa in vendita dei prodotti *in store*, quando i costi energetici e delle materie prime non erano ancora cresciuti così esponenzialmente. Il 2022 si è chiuso, per le nostre attività, con una sostanziale stabilità delle vendite (+1,3%), ma preoccupano – e molto per i consumi nel settore moda – gli inevitabili aumenti che si registreranno già a partire dalle prossime collezioni, il costo del denaro e la difficoltà delle imprese ad ottenere credito. Inoltre preoccupa l'aumento dell'inflazione che determina conseguentemente l'incremento dei canoni di locazione. In pratica, i nostri negozi, pagheranno una mensilità in più all'anno per l'adeguamento Istat.

Sul versante prezzi, gli operatori commerciali hanno già riscontrato un incremento medio da parte dei fornitori del 15% difficilmente sostenibile lungo tutta la filiera, che potrebbe generare una contrazione dei consumi.

La situazione è grave, considerando anche che i prezzi della produzione sono aumentati, nonostante i grandissimi sforzi dello Stato per compensare gli incrementi dei costi energetici con crediti d'imposta alle imprese energivore e gasivore.

Risulta, quindi, fondamentale impegnarsi su un nuovo scenario economico e sociale, anche in funzione degli obiettivi turistici.

Non possiamo permetterci ulteriori perdite dopo le restrizioni del recente passato che ha visto la nostra categoria in cima alla classifica delle più vessate e meno ristorate. 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.



LE NOSTRE PROPOSTE IN SINTESI

Le priorità per i nostri operatori sono:

- a) credito d'imposta del 30% sulle locazioni commerciali del settore moda, così come avvenuto nel corso del periodo pandemico. La seconda ipotesi riguarda l'introduzione della cedolare secca sugli affitti commerciali condizionati all'obbligo di una congrua riduzione dei canoni di affitto a seguito di specifico accordo tra locatore e conduttore;
- b) sostegno e incremento della domanda interna per il rilancio dei consumi del settore moda, con:
 - un BONUS MODA come sperimentato in altri settori (vedi ECO-BONUS automobili e arredamento) per la consegna nei negozi di moda di prodotti usati dai consumatori;
 - un'aliquota IVA agevolata del 10% sui prodotti di Moda;
- c) incentivi per innovazione e eco-sostenibilità per Micro e PMI della Moda;
- d) abbattimento delle commissioni e dei costi POS a carico delle imprese della Moda, visto l'elevato utilizzo della moneta elettronica;
- e) rafforzamento dei crediti d'imposta energetici e proroga a settembre dei termini per la loro fruizione;
- f) abbattimento del cuneo fiscale;
- g) congrua *web tax* e imposta minima globale sui ricavi dei colossi del web per garantire una leale concorrenza e riequilibrare un mercato che non può rimanere senza regole;
- h) riduzione a 70 euro della soglia per l'accesso al tax free nel nostro Paese che risulta la più elevata di tutta Europa.

CONCLUSIONI

Riteniamo che il Tavolo della Moda possa anche essere la sede ideale per dar vita ad un patto tra produzione, trasformazione, rappresentanza e distribuzione commerciale per una "filiera etica".

L'obiettivo che ci si pone è il mantenimento e l'incremento dei posti di lavoro, il contenimento dei prezzi, la tutela dei centri urbani, garantendo a cittadini, aziende e dipendenti una qualità di vita e di lavoro migliore.