



## CONTRIBUTO

### FEDERAZIONE MODA ITALIA-CONFCOMMERCIO

#### TAVOLO MODA

#### MINISTERO DELLE IMPRESE E DEL *MADE IN ITALY*

ROMA, 6 AGOSTO 2024

#### PREMESSA E DATI DI CONTESTO

Secondo i dati del Fashion Retail Report di Federazione Moda Italia-Confcommercio, a seguito del monitoraggio effettuato sulle Imprese associate, le vendite di prodotti di moda (abbigliamento, calzature, pelletteria, accessori, tessile casa e articoli sportivi) hanno registrato un calo medio del 2,7% nel 2023. Neppure il I semestre 2024 è riuscito a invertire il trend dei consumi, registrando un calo medio del 4,6%. Rimane, peraltro, una forte preoccupazione per la situazione attuale di mercato che ha registrato una flessione delle vendite di moda dell'8,1% anche con i saldi a luglio sempre rispetto allo stesso mese del 2023.

gennaio 2024 vs gennaio 2023	febbraio 2024 vs febbraio 2023	marzo 2024 vs marzo 2023	aprile 2024 vs aprile 2023	maggio 2024 vs maggio 2023	giugno 2024 vs giugno 2023	luglio 2024 vs luglio 2023
-4,5%	-4,6%	-3,6%	-7,1%	-6,5%	-7,3%	-8,1%

Rimane, quindi, un senso d'impotenza per un recupero e rilancio di un settore che stenta ad arrivare, ma che rimane un fondamentale pilastro dell'economia azionaria, contando 170.828 punti vendita che occupano 299.890 addetti al 31 dicembre 2023.

aderente alla



CONFCOMMERCIO  
IMPRESA PER L'ITALIA

Presidenza e Segreteria: 20121 Milano – Corso Venezia, 53 – tel. 02.89079861  
fedmoda@confcommercio.it [www.federazione.modaitalia.it](http://www.federazione.modaitalia.it) – cod. fisc. 80057730154

Preoccupa, però e molto, il fatto che in soli 4 anni il dettaglio moda italiano – che soffriva già di una patologia pregressa, conclamata dalla chiusura di circa 70mila punti vendita negli ultimi 10 anni con un saldo nati-mortalità pari al -34.219 negozi – ha perso 16.863 negozi e 13.164 addetti (erano 187.791 con 313.054 addetti al 31/12/2019).

Si tenga, infine, conto che nel solo ultimo anno il saldo tra negozi di moda che hanno chiuso e quelli che hanno aperto in Italia è stato ancor più negativo con un calo di 5.080 negozi che non vedremo mai più sulle nostre strade, con quasi 10.000 persone in cerca di nuova occupazione nell'ultimo anno *disposizione* (Fonte: [Fashion Retail Report](https://www.federazionemodaitalia.it/wp-content/uploads/2024/04/FASHION-RETAIL-REPORT-2024.pdf) di Federazione Moda Italia-Confcommercio <https://www.federazionemodaitalia.it/wp-content/uploads/2024/04/FASHION-RETAIL-REPORT-2024.pdf> )

Per fare un esempio evidente a tutti, abbiamo assistito ad una perdita di circa 14 negozi al giorno in Italia negli ultimi 365 giorni.

Si tratta di un depauperamento delle nostre vie, piazze, città e paesi anche perché le nuove aperture riguardano per lo più attività in franchising e di catene monomarca e a conduzione straniera alla ricerca di soli insediamenti redditizi.

Un dato che testimonia anche la crescita delle vendite online e della presenza massiva sul mercato di prodotti del fast fashion che hanno un ciclo di vita molto breve, quasi “usa e getta”, con 7-8 utilizzi per poi essere considerati come un “rifiuto” tessile.

Un dato che riflette la crescita del 200% della produzione mondiale di moda dall'anno 2000 con l'incremento del 400% delle vendite di prodotti di moda nel mondo...mentre diminuiscono i consumi di prodotti di qualità nel nostro Paese, dove notoriamente la qualità si produce (vero Made in Italy).

## **CONTRIBUTO DI FEDERAZIONE MODA ITALIA-CONFCOMMERCIO AL TAVOLO DELLA MODA**

Federazione Moda Italia-Confcommercio esprime apprezzamento per la legge quadro sul made in Italy e soddisfazione per vedere accolto il contributo della nostra Federazione sull'istituzione dell'Albo delle Imprese storiche, a garanzia di uno sviluppo urbano e commerciale equilibrato, tra identità e innovazione. Un provvedimento che rivolge l'attenzione a quegli esercizi commerciali di prossimità che arricchiscono, con le loro attività, il nostro Paese e capace di riconoscere, con forza di legge, quel patrimonio di eccellenze del made in Italy fatto di negozi, botteghe e attività storiche e di tradizione che dovranno essere censite, catalogate, sostenute e salvaguardate come un enorme valore economico e culturale.



aderente alla

**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA

Presidenza e Segreteria: 20121 Milano – Corso Venezia, 53 – tel. 02.89079861  
[fedmoda@confcommercio.it](mailto:fedmoda@confcommercio.it) [www.federazionemodaitalia.it](http://www.federazionemodaitalia.it) – cod. fisc. 80057730154

La situazione particolare del dettaglio e generale dell'intera filiera della Moda è, però, molto preoccupante sottolineata dalla perdurante contrazione dei consumi e, di conseguenza, dalla stessa sopravvivenza di decine di migliaia di negozi e aziende tutte rigorosamente made in Italy.

Urgono, quindi, misure d'urgenza e di carattere strutturale e specifici sostegni innovativi di cui il settore Moda non ha mai beneficiato, oltre ad assicurare il rispetto del principio "stesso mercato, stesse regole, amministrative o fiscali che siano" quanto alla concorrenza dei colossi del web generata dalla globalizzazione.

In occasione dell'Assemblea del 12 giugno scorso, il Presidente di Confcommercio, Carlo Sangalli, ha ben evidenziato il ruolo economico e sociale del commercio, dei servizi di prossimità che si scontra sempre più con il preoccupante fenomeno delle chiusure delle attività nelle città, dai centri storici alle periferie.

La desertificazione commerciale è una ferita per l'idea stessa di cittadinanza che va curata con l'adozione di politiche pubbliche che riconoscano appieno la funzione economica, sociale e di innovazione dei servizi di prossimità, nel contesto di un'agenda urbana italiana orientata allo sviluppo sostenibile.

Secondo un'indagine realizzata da Swg con Confcommercio (Fonte: <https://www.confcommercio.it/-/indagine-negozi-citta>) nell'ambito del progetto Cities, rivolto al contrasto della desertificazione commerciale è emerso che gli italiani vogliono vivere nei quartieri dove ci sono più esercizi di prossimità perché questi rafforzano le comunità (per il 64% degli intervistati), fanno sentire più sicure le persone (57%) e fanno crescere il valore delle abitazioni (fino al 26% in più). La chiusura dei negozi, al contrario, preoccupa soprattutto al Nord dove si accompagna al timore di un aumento del degrado, mentre nel Mezzogiorno prevale la disoccupazione e i rischi di spopolamento. L'indagine evidenzia anche che i negozi che stanno scomparendo di più sono proprio quelli dell'abbigliamento (46%).

Per questo, servono urgentemente soluzioni per arrestare quest'emorragia commerciale. Soluzioni che potrebbero essere determinanti per tutta la filiera perché, se chiudono i negozi di prossimità, potrebbero essere inevitabilmente coinvolti anche altri soggetti imprenditoriali dalla produzione della materia prima al confezionamento fino agli agenti e rappresentanti. È fondamentale che il Governo - come sostenuto dal nostro Presidente di Confcommercio, Carlo Sangalli - intervenga per sostenere la riqualificazione urbana attraverso il miglior utilizzo dei fondi del PNRR.

Entrando nello specifico del settore moda, occorre una tutela dei negozi fisici dai colossi del web attraverso il rispetto del principio dello 'stesso mercato stesse regole' e un'azione diretta al rilancio dei consumi interni attraverso alcuni innovativi provvedimenti che prevedono in particolare:



aderente alla

**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA

Presidenza e Segreteria: 20121 Milano – Corso Venezia, 53 – tel. 02.89079861  
[fedmoda@confcommercio.it](mailto:fedmoda@confcommercio.it) [www.federazione.modaitalia.it](http://www.federazione.modaitalia.it) – cod. fisc. 80057730154

- 1) l'introduzione di una **detrazione d'imposta sulla dichiarazione dei redditi dei contribuenti** per l'acquisto di prodotti di moda sostenibili effettuato **nei negozi fisici**;
- 2) l'applicazione di un'**aliquota IVA agevolata** sui prodotti di moda;
- 3) un **credito d'imposta del 30% sulle locazioni commerciali** o una **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**";
- 4) la previsione di **incentivi per l'acquisto di un prodotto nuovo a fronte della consegna di un prodotto usato nei negozi di prossimità**, in ragione di uno contro uno;
- 5) l'introduzione di una misura (**credito d'imposta del 30% per le rimanenze di magazzino da contabilizzare in tre anni**) per l'abbattimento del valore del magazzino dei negozi di prodotti tessili, di moda, calzature, accessori, pelletteria e valigeria ed articoli sportivi, che in questi ultimi anni si è svalutato in maniera importante;
- 6) **l'abolizione della soglia limite di 150 € ai dazi doganali europei** al fine di impedire l'esenzione dei dazi stessi alla vendita di prodotti provenienti dai Paesi del sud-est asiatico al consumatore finale nei Paesi membri;
- 7) la **prosecuzione** – dopo l'entrata in vigore della Global Minimum Tax e del nuovo Codice del Consumo che regola per la prima volta le vendite online – delle **azioni a tutela del principio stesso mercato, stesse regole**.

Buona parte delle risorse stanziare potranno, presumibilmente, rientrare nelle casse dello Stato sotto forma di compensazione con il probabile incremento di gettito derivante dall'aumento dei fatturati dell'intera filiera. Altre risorse potrebbero arrivare anche dalle nuove entrate stimate dal Governo sull'introduzione della Global Minimum Tax (pari a **380 milioni di euro nel 2025** e ad oltre i **400 milioni di euro nel 2026**) e dalle sanzioni applicate dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato – AGCM per le violazioni di cui al D.Lgs. 26/2023 di recepimento della Direttiva Omnibus (per pratiche commerciali scorrette con particolare attenzione all'online), che potrebbero essere destinate **ai negozi fisici della Moda** anche come una **sorta di compensazione sul territorio e di restituzione delle quote di mercato sottratte dalle multinazionali del web** alla nostra economia reale.

Ed ancora:

- 8) il **sostegno al passaggio generazionale** anche sulle spese di passaggio e notarili per favorire il passaggio generazionale nei negozi di moda, anche a favore dei dipendenti;
- 9) il **sostegno all'imprenditorialità giovanile e femminile** attraverso appositi bandi, con l'obiettivo di promuovere nuove iniziative nel settore moda;



aderente alla

**CONFCOMMERIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA

Presidenza e Segreteria: 20121 Milano – Corso Venezia, 53 – tel. 02.89079861  
[fedmoda@confcommercio.it](mailto:fedmoda@confcommercio.it) [www.federazione.modaitalia.it](http://www.federazione.modaitalia.it) – cod. fisc. 80057730154

- 10) la **formazione** e l'**accompagnamento** di figure professionali come sarti, calzolai, e pellettieri nei negozi di moda, per rinnovare e dare nuova vita a prodotti vintage e sostenere l'economia circolare;
- 11) i sostegni per l'**adozione di pratiche di innovazione e eco-sostenibilità** nei negozi di moda, per un settore più verde e digitale;
- 12) la **riduzione delle commissioni POS** a carico delle imprese della moda, per facilitare le transazioni elettroniche.

**Quanto ai rapporti con FORNITORI**, riteniamo che il Tavolo della Moda possa essere il luogo giusto per dar vita ad un **Patto per una “filiera etica”** che si distingua per il rispetto dei diritti dei lavoratori, delle leggi e dei consumatori, a partire dalla formazione dei prezzi per arrivare alle informazioni in etichetta, fino al rispetto delle regole sulle vendite a prezzi scontati sia *offline* sia *online*. Si evidenzia, infatti, la necessità di garantire un equilibrio dei rapporti evitando forme di concorrenza diretta tra fornitori e retail, con particolare attenzione alle politiche di pricing effettuate attraverso il web.

Federazione Moda Italia ha realizzato, in tal senso, un [vademecum “Rapporto con i fornitori”](https://www.federazionemodaitalia.it/wp-content/uploads/2024/06/VADEMECUM-RAPPORTI-CON-I-FORNITORI-ultimo-1.pdf) (<https://www.federazionemodaitalia.it/wp-content/uploads/2024/06/VADEMECUM-RAPPORTI-CON-I-FORNITORI-ultimo-1.pdf>) 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.



aderente alla

**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA

Presidenza e Segreteria: 20121 Milano – Corso Venezia, 53 – tel. 02.89079861  
[fedmoda@confcommercio.it](mailto:fedmoda@confcommercio.it) [www.federazionemodaitalia.it](http://www.federazionemodaitalia.it) – cod. fisc. 80057730154