

Iniziativa

# FEDERMODA ITALIA SOLLECITA IL GOVERNO

## La realtà che conta oltre 30mila punti vendita con più di 100mila addetti chiede investimenti per attrarre i giovani e un accordo con i marchi

Investimenti per attrarre le giovani generazioni e un patto con le aziende-brand, per tutelare la filiera moda Made in Italy. Ma anche due specifiche richieste al governo. Da **Pitti immagine uomo 108** a Firenze, **Federazione moda Italia-Confcommercio** fa sentire la sua voce per mettere al centro i negozi di prossimità come protagonisti della ripresa economica. «L'andamento stabile delle vendite a maggio non conforta ancora dai cali importanti registrati nei primi quattro mesi dell'anno. I nostri negozi vanno visti come protagonisti della ripresa, interpreti principali della crescita del settore moda e del Paese», ha spiegato a **MFF** **Giulio Felloni**, presidente dell'associazione che rappresenta oltre 30mila punti vendita del settore moda con più di 100mila addetti, proseguendo: «Mancano i ragazzi che si avvicinano alla nostra professione. Anche i dipendenti che un tempo rilevavano il negozio del loro titolare, oggi non ci pensano più. Serve tornare ad attrarre i giovani, prendendo spunto da un mondo come quello dei barbieri dove oggi la

professione è tornata di moda e si aprono i barber shop, oppure quello degli chef». Il settore attualmente conta 164mila punti di vendita di moda e articoli sportivi, per 300mila addetti. Ma lo scenario è complesso, dato che negli anni 2020-2024 hanno chiuso 13 negozi al giorno in Italia, dato che cresce a

18 cessazioni, se si considera il solo 2024. Tra le richieste al governo dell'associazione, due sono quelle più urgenti. «Tutti dicono che i negozi di vicinato devono restare centrali, ma è necessario passare ai fatti. In primis serve una sorta di bonus per cui chi acquista moda Made in Italy può detrarre la

spesa dalle tasse in tre, cinque o dieci anni, un po' come già accade con i mobili. Come seconda richiesta un credito di imposta del 30% sugli affitti, come avvenuto nel periodo Covid», ha poi aggiunto Felloni, proseguendo: «Serve anche un intervento deciso all'insegna del principio stesso mercato-stesse regole, utile a fronteggiare la concorrenza sleale di alcuni colossi del web». (riproduzione riservata)

**Matteo Minà (Firenze)**



L'incontro a Pitti uomo 108