Conf com

Federazione Moda Italia

Posizionamento di Federazione Moda Italia-Confcommercio

Mercoledì 4 novembre 2026

PREMESSA

Federazione Moda Italia-Confcommercio è la Federazione italiana, costituita nel 1949 e maggiormente rappresentativa del commercio al dettaglio e ingrosso del settore moda, tessile, abbigliamento, intimo, beachwear, calzature, pelletteria, accessori, tessile casa ed articoli sportivi, aderente a Confcommercio.

Il settore moda in Italia:

- conta **204 mila punti vendita di moda**
- occupa **320 mila addetti**
- intercetta quasi **34 miliardi di euro di consumi delle famiglie italiane** e oltre **8 miliardi di euro di acquisti** da parte dei **turisti stranieri**.

Il commercio al dettaglio, insieme al commercio all'ingrosso, rappresenta un pilastro dell'intera filiera della moda come certificato dai numeri pubblicati sul **Libro Bianco Made in Italy 2030 del MIMIT**:

- il **47% del fatturato (87,3 miliardi di euro)**
- il **36% del valore aggiunto**
- il **66% delle imprese**
- il **44% degli occupati**.

Un settore, però, che ha **perso 25.000 punti vendita in Italia** e **1,8 miliardi di euro di consumi interni negli ultimi 6 anni**, ma che continua a conservare un valore e un **ruolo centrale nell'economia del nostro Paese.**

Con questo documento, Federazione Moda Italia-Confcommercio sottolinea l'importanza che il commercio di prossimità della moda trovi un riconoscimento nelle politiche europee di coesione, con risorse accessibili anche alle micro e piccole imprese per innovazione, digitalizzazione, sostenibilità e riqualificazione dei negozi.

CONTRIBUTO DI FEDERAZIONE MODA ITALIA-CONFCOMMERCIO

Sul fronte della **concorrenza**, Federazione Moda Italia-Confcommercio sostiene le misure capaci di contrastare gli squilibri dell'***ultra fast fashion.*** Importanti novità normative in materia doganale e di commercio elettronico segnano una svolta per riequilibrare la concorrenza tra i mercati interni dell'Unione Europea e i giganti dell'e-commerce extra-UE. Come auspicato da Federazione Moda Italia-Confcommercio:

- **dal 1° luglio 2026** viene introdotto in modo uniforme a livello europeo il **dazio di 3 euro per ciascuna categoria merceologica** sulle spedizioni di valore inferiore a 150 euro, incidendo sul costo finale dei prodotti a basso prezzo;
- **dal 1° novembre 2026** è entrata in vigore la **tassa di gestione o *handling fee*** armonizzata a livello europeo con l'obiettivo di coprire i costi operativi e potenziare i controlli doganali fisici e documentali sui flussi crescenti di piccoli pacchi in arrivo da Paesi extra-UE.

OCCORRONO condizioni concorrenziali realmente omogenee, regole efficaci per l'e-commerce e l'ultra fast fashion, una riforma doganale capace di assicurare controlli coerenti sulla base del principio «stesso mercato, stesse regole», e strumenti per sostenere gli investimenti, l'accesso al credito e il ricambio generazionale.

In tema di **pagamenti commerciali**, dopo aver manifestato la nostra contrarietà alla proposta sul "***Late Payment***" per le pesanti ricadute sulla nostra categoria e sull'intera filiera, ne accogliamo con favore il ritiro da parte della Commissione europea nel programma di lavoro per il 2027.

OCCORRE prevenire future iniziative che vadano a ledere la libertà contrattuale, evitando l'introduzione di obblighi sui termini di pagamento B2B. Tali obblighi risulterebbero particolarmente penalizzanti per il settore moda, il cui modello di business si basa sulla programmazione di due collezioni annuali (F/W e S/S), con ordini effettuati dagli 8 ai 10 mesi prima dell'arrivo dei prodotti nei negozi e tempi di consegna flessibili da parte dei fornitori, che rendono necessari termini di pagamento più lunghi.

In tema di contrasto alla **desertificazione commerciale**, la progressiva riduzione dei negozi di prossimità rappresenta una criticità particolarmente rilevante per il settore moda. La chiusura delle attività commerciali, oltre a ridurre le opportunità economiche e occupazionali, contribuisce alla perdita di attrattività dei centri storici e dei quartieri, indebolendo il tessuto economico e sociale delle comunità locali. In questo contesto, le politiche europee di coesione e di sviluppo urbano possono svolgere un ruolo importante nel sostenere la permanenza e il rilancio delle attività commerciali.

OCCORRE prevedere:

- un sostegno ai progetti di **rigenerazione commerciale dei centri storici e dei quartieri** rafforzando l'**agenda europea per le città;** un rafforzamento del **ruolo dei Distretti urbani del commercio** e degli investimenti in innovazione, sostenibilità e degli arredi anche in funzione del fatto che i negozi di moda non sono soltanto attività economiche, ma una componente essenziale della vitalità urbana e della coesione delle comunità;
- **misure di sostegno** all'avvio di nuove imprese nel settore moda e al passaggio generazionale anche in coerenza con gli obiettivi della strategia *"**Right to stay**";*
- strumenti di **credito agevolato** e **garanzie per gli investimenti per i negozi di moda**;
- **riduzione e semplificazione degli oneri amministrativi, proporzionati alle dimensioni delle imprese** e compatibili con le risorse delle micro e PMI anche in coerenza con lo ***Small Business Act***.

In tema di **euro digitale,** questo rappresenta un'opportunità decisiva per consolidare l'autonomia strategica dell'Unione, promuovere una concorrenza più equa e ridurre la frammentazione del mercato dei pagamenti. Con specifico riferimento alle **commissioni a carico degli esercenti**

OCCORRE che:

- il contributo economico in capo agli operatori privati sia **uniforme per tutte le transazioni effettuate presso imprese di qualsiasi dimensione** e in tutti gli Stati membri, nel pieno rispetto dei principi del Mercato Unico;
- il costo sia **definito in misura fissa per operazione**, e non in percentuale sul valore transato, così da evitare effetti regressivi e distorsivi a discapito dei piccoli operatori di mercato.

In tema di **sostenibilità** e **tracciabilità**, risulta di particolare rilevanza l'evoluzione delle regole sulla **responsabilità estesa del produttore nel settore tessile**, sull'**etichettatura tessile**, sugli **imballaggi** e sui **passaporti digitali di prodotto,** in quanto destinate ad incidere significativamente sull'organizzazione dell'intera filiera della moda.

OCCORRE che le responsabilità siano attribuite in modo coerente lungo la filiera e che gli oneri non ricadano impropriamente sui commercianti che non sono i produttori dei beni venduti.

In merito all'iniziativa della Commissione europea volta ad **armonizzare la disciplina dell'imposta sul valore aggiunto (IVA)** agli obiettivi dell'economia circolare e della riduzione dell'impatto ambientale, anche nel quadro del futuro **Circular Economy Act,** il settore moda presenta specificità legate alla stagionalità delle collezioni e alla gestione delle rimanenze di magazzino. I prodotti invenduti, pur conservando le proprie caratteristiche qualitative e funzionali, possono subire una significativa perdita di valore commerciale al termine della stagione, con conseguenze economiche per le imprese.

In tal senso, **OCCORRE** prevedere:

- **aliquote agevolate** per determinate categorie di prodotti di moda con **requisiti ambientali riconosciuti, sulla base di criteri oggettivi, trasparenti e verificabili** (es. certificazioni Oeko Tex, Ecolabel, ecc.) con l'obiettivo di contribuire alla diffusione di modelli di produzione e consumo più sostenibili e rafforzare la competitività delle imprese che investono in qualità, durata e responsabilità ambientale, anche attraverso un eventuale intervento sulla Direttiva 2006/112/CE;

- un'**IVA agevolata per i prodotti nuovi invenduti delle collezioni stagionali della moda** che, pur mantenendo intatte le proprie caratteristiche qualitative e funzionali, subiscono un rapido deprezzamento commerciale al termine della stagione. L'obiettivo è valorizzare le rimanenze, limitare le perdite economiche delle imprese e favorire la circolarità, attraverso criteri oggettivi, tempi definiti e procedure semplici, proporzionate alle esigenze delle micro, piccole e medie imprese;

- **regole IVA più chiare e semplificate per la donazione dei prodotti invenduti**, prevedendo agevolazioni fiscali e semplificazioni amministrative che possano incoraggiarne la valorizzazione. Tale proposta mira a coniugare sostenibilità ambientale e competitività del commercio di moda, riconoscendo la specificità delle rimanenze stagionali e favorendo il prolungamento della vita utile dei prodotti.