fnh
fédération nationale de l'habillement

Confcommercio
Federazione Moda Italia

PROTOCOLLO D'INTESA
TRA FEDERAZIONE MODA ITALIA-CONFCOMMERCIO E FÉDÉRATION NATIONALE DE L'HABILLEMENT (FNH)
Per la valorizzazione del commercio di prossimità di moda, la vitalità delle città e la coesione delle comunità

PREMESSE

Federazione Moda Italia-Confcommercio, organizzazione nazionale di riferimento per le imprese del commercio di moda, tessile, abbigliamento, intimo e beachwear, calzature, accessori, pelletterie, tessile casa ed articoli sportivi aderente a Confcommercio in Italia, e Fédération Nationale de l'Habillement (FNH), organizzazione rappresentativa del commercio francese di moda, abbigliamento prêt-à-porter, biancheria intima, tende e tendaggi, biancheria per la casa, merceria, cappelleria e guanteria, di seguito congiuntamente denominate «le Parti»

- riconoscono il ruolo economico, occupazionale e sociale del commercio di moda e il suo contributo alla vitalità dei centri urbani, dei centri storici e dei quartieri;
- considerano la presenza delle attività commerciali di prossimità un elemento qualificante della vivibilità urbana, della socialità e delle relazioni quotidiane tra cittadini;
- rilevano come la desertificazione commerciale possa accompagnarsi a un progressivo indebolimento dei servizi, delle occasioni di incontro e dei presidi relazionali, con conseguenze sulla qualità della vita e sulla coesione delle comunità;
- ritengono che la sicurezza urbana, pur essendo una condizione imprescindibile, debba essere accompagnata da politiche di rigenerazione urbana, prevenzione del disagio, inclusione e partecipazione;
- riconoscono che le sfide che interessano le città europee richiedono un approccio integrato, capace di coinvolgere istituzioni, amministrazioni locali, famiglie, scuole, associazioni e operatori economici;
- intendono promuovere una maggiore collaborazione europea per valorizzare il commercio di prodotti di moda;

convengono quanto segue

Articolo 1 – Finalità
Il presente Protocollo d'intesa definisce un quadro di collaborazione tra le Parti finalizzato a promuovere e valorizzare il commercio di prodotti di moda quale componente essenziale della vitalità economica, sociale e relazionale delle città italiane e francesi.

L'intesa mira a sviluppare iniziative comuni per contrastare la desertificazione commerciale, sostenere la rigenerazione urbana, favorire la coesione delle comunità e contribuire alla costruzione di territori più vivibili, inclusivi e sicuri.

Articolo 2 – Il commercio di prossimità come presidio urbano e sociale
Le Parti riconoscono che il negozio non costituisce soltanto un luogo di scambio economico, ma rappresenta anche una presenza quotidiana sul territorio, un punto di riferimento per i cittadini e un fattore di attrattività e vitalità degli spazi urbani.

La progressiva scomparsa delle attività commerciali può contribuire a indebolire le relazioni di prossimità, ridurre le occasioni di aggregazione e accentuare la perdita di vitalità dei quartieri.

In tale prospettiva, le Parti promuovono il riconoscimento del commercio di prossimità nelle strategie di sviluppo urbano, rigenerazione dei centri storici e riqualificazione delle periferie, favorendo condizioni che consentano alle imprese indipendenti di continuare a operare e investire nei territori.

Articolo 3 – Cities: città vive, comunità più forti
Le Parti individuano in progetti come, ad esempio, il "Progetto Cities"[1] di Confcommercio dedicati alla valorizzazione delle città e del commercio di prossimità, un riferimento per lo sviluppo di iniziative di sensibilizzazione, confronto e collaborazione.

Attraverso lo scambio di esperienze e buone pratiche, le Parti intendono promuovere:

- la valorizzazione delle attività commerciali di moda come elementi qualificanti della vita urbana;
- il contrasto alla desertificazione commerciale e alla progressiva trasformazione dei quartieri in aree prive di servizi e occasioni di socialità;
- il dialogo tra imprese, amministrazioni locali e comunità territoriali;
- iniziative capaci di rafforzare la partecipazione, le relazioni di vicinato e la fruibilità degli spazi pubblici;
- una maggiore attenzione al ruolo del commercio nelle politiche di rigenerazione urbana e sviluppo locale.

Le Parti potranno individuare e promuovere iniziative congiunte, valorizzando le esperienze italiane e francesi e favorendone la diffusione presso le rispettive reti territoriali.

[1] https://cities.confcommercio.it/

Articolo 4 – Sicurezza, prevenzione e responsabilità condivisa
Le Parti condannano ogni forma di violenza e vandalismo ai danni delle persone, delle attività economiche e degli spazi pubblici e riconoscono la necessità di garantire condizioni adeguate di sicurezza per cittadini, lavoratori ed esercizi commerciali affinché si evitino atti vandalici e saccheggi che hanno creato problemi a residenti e commercianti che subiscono importanti danni e mancati introiti.

Al tempo stesso, ritengono che la sicurezza urbana debba essere accompagnata da un approccio preventivo, capace di affrontare anche le condizioni di fragilità sociale ed educativa che possono interessare le comunità.

In particolare, le Parti intendono promuovere una riflessione condivisa sul valore della presenza territoriale, della socialità, delle opportunità educative e del dialogo tra istituzioni, famiglie, scuole, associazioni e operatori economici.

Il Protocollo riconosce che la prevenzione del disagio e la costruzione di comunità più coese richiedono interventi coordinati e responsabilità condivise, nel rispetto dei ruoli e delle competenze di ciascun soggetto.

Il commercio di prossimità, pur non sostituendosi alle funzioni educative, sociali e di sicurezza delle istituzioni, costituisce una risorsa per la vitalità dei territori e per il mantenimento di relazioni quotidiane nelle città.

Articolo 5 – Collaborazione e rappresentanza europea
Le Parti si impegnano a sviluppare un confronto strutturato sulle politiche europee e nazionali che incidono sul futuro del commercio di prodotti di moda, con particolare attenzione a:

- contrasto alla desertificazione commerciale e sostegno alle attività di prossimità;
- rigenerazione urbana e valorizzazione dei centri storici e delle periferie;
- competitività delle imprese indipendenti e condizioni di concorrenza eque;
- promozione della sostenibilità economica e sociale del commercio;
- riconoscimento del ruolo delle imprese commerciali nelle politiche di sviluppo territoriale
- contrasto all'abusivismo e alla contraffazione.

Le Parti potranno elaborare posizioni comuni, promuovere iniziative di sensibilizzazione e sviluppare interlocuzioni con le istituzioni europee, nazionali e locali, al fine di favorire politiche integrate a sostegno delle imprese e delle comunità urbane.

Articolo 6 – Iniziative comuni
Per dare attuazione alle finalità del presente Protocollo, le Parti potranno promuovere congiuntamente:

- incontri periodici di confronto tra le rispettive organizzazioni;
- iniziative pubbliche e campagne di sensibilizzazione sul valore del commercio di prossimità e delle città vive;
- scambi di esperienze e buone pratiche tra territori italiani e francesi;

- momenti di confronto con istituzioni, amministrazioni locali, rappresentanze sociali e soggetti interessati;
- proposte e documenti condivisi a sostegno al commercio di prossimità.

Le iniziative potranno essere sviluppate anche attraverso il coinvolgimento delle articolazioni territoriali delle Parti, nel rispetto delle rispettive competenze e disponibilità.

Articolo 7 – Natura e durata del Protocollo
Il presente Protocollo esprime la volontà delle Parti di instaurare una collaborazione istituzionale continuativa, nel rispetto della loro autonomia organizzativa e rappresentativa.

Il Protocollo non comporta, di per sé, obblighi finanziari reciproci.

L'intesa ha durata annuale dalla data di sottoscrizione ed è rinnovabile previo accordo tra le Parti. Ciascuna Parte può propome la revisione o recedere mediante comunicazione scritta all'altra Parte.

Articolo 8 – Disposizioni finali
Il presente Protocollo costituisce il quadro di riferimento per la collaborazione tra Federazione Moda Italia-Confcommercio e Fédération Nationale de l'Habillement.

Le Parti si impegnano a promuoverne i contenuti presso le rispettive organizzazioni e a valorizzarne le finalità attraverso iniziative di comunicazione e sensibilizzazione.

Luogo e data: Bruxelles, 04/11/2026

Per Federazione Moda Italia-Confcommercio
Il Presidente
Giulio Felloni

Per Fédération Nationale de l'Habillement (FNH)
Il Presidente
Pierre Talamon