

Scenari

Retail fashion, chiusi 17mila negozi in 4 anni

Federazione moda Italia lancia l'allarme. «Al governo chiediamo incentivi, cedolare secca sugli affitti e una riduzione dell'Iva», spiega il presidente Felloni. **Andrea Guolo**

La crisi del retail è certificata dai dati elaborati da **Federazione moda Italia**, l'associazione di **Confcommercio** che raggruppa i negozianti del comparto fashion. Negli ultimi quattro anni, il dettaglio moda italiano ha perso mediamente undici punti vendita al giorno, per un totale di 16.863 negozi in meno e di 13.164 addetti rimasti senza lavoro. Questa emorragia, aggravata dalla pandemia e dal conseguente boom dell'e-commerce, è arrivata al termine di un decennio caratterizzato da un costante impoverimento del tessuto commerciale, con la chiusura di circa 70mila punti vendita e un saldo tra aperture e cessazioni in negativo per -34.219 negozi. «Se prima della pandemia perdavamo dieci negozi al giorno, dopo il 2020 se ne è aggiunto uno in più», commenta il presidente della federazione **Giulio Felloni**. Inoltre, i dati del Fashion retail report appena elaborati evidenziano che, dopo la flessione annuale del 2,7% nel 2023, la situazione per le vendite di moda è peggiorata sia nel corso dei saldi invernali, con un -4,5% a gennaio e un -4,6% a febbraio, e pure l'inizio dell'estivo promette male, con un -3,1%

a marzo rispetto allo stesso mese dell'anno precedente. C'è quindi un senso d'impotenza per un recupero e rilancio di un settore che rimane un fondamentale pilastro dell'economia azionaria, contando 170.828 punti vendita che occupavano quasi 300mila addetti al 31 dicembre 2023. L'analisi di **Federazione moda Italia** evidenzia le conseguenze negative di questa massiva chiusura di attività commerciali: dal depauperamento urbano causato sia dai negozi sfitti sia dalle nuove aperture legate perlopiù ad attività in franchising e di catene monomarca e a conduzione straniera, alla presenza massiva sul mercato di prodotti del fast fashion che hanno un ciclo di vita quasi usa e getta, con 7-8 utilizzi per poi essere considerati come un rifiuto tessile. «Mentre la produzione mondiale di moda è cresciuta del 200% dall'inizio del nuovo millennio, i consumi di prodotti di qualità nel nostro Paese, dove notoria-

mente la qualità si produce, sono in costante diminuzione», evidenzia Felloni. E tutto questo trae origine da una spesa media delle famiglie italiane ormai inferiore a cento euro al mese. C'è quindi un problema conclamato di potere di spesa che pesa sul sistema-moda. Nel frattempo, il presidente della federazione chiede al governo una serie di interventi a sostegno dei negozi: dalla riduzione dell'Iva su capi di abbigliamento e accessori all'adozione di incentivi analoghi a quelli attuati per l'arredamento, fino all'applicazione della cedolare secca per gli affitti degli immobili o di un credito di imposta per alleviare il peso finanziario delle locazioni. E soprattutto, Felloni afferma che: «E-commerce e negozi tradizionali devono operare con le stesse regole. Oggi purtroppo non è così: i negozianti sono tartassati mentre i colossi dell'online con sede all'estero pagano ben poche tasse». (riproduzione riservata)



Giulio Felloni