



Contributo di Federazione Moda Italia per l'audizione presso la X Commissione "Attività produttive, commercio e turismo" della Camera dei Deputati sul rilancio del commercio alla luce della crisi causata dall'emergenza epidemiologica

17 novembre 2020

## SCENARIO DI RIFERIMENTO

Il settore moda, **importante pilastro dell'economia nazionale**, conta **114.813 punti vendita** che occupano **309.849 addetti** (dati al 31/12/2019).

Il retail italiano del settore moda soffre già di una **patologia pregressa**, conclamata dalla chiusura di oltre 52mila punti vendita negli ultimi 9 anni, a fronte di 26mila nuove aperture. Un saldo natalimortalità che si traduce in una perdita di 9 negozi al giorno in Italia per 9 anni consecutivi.

Nel 2020, così come il COVID-19 ha avuto un impatto estremamente negativo sui soggetti più deboli e portatori di malattie precedenti, la situazione si è fortemente aggravata mettendo a **rischio concreto la sopravvivenza di numerose aziende della distribuzione moda**.

Tabella: Saldo iscritte-cessate (non d'ufficio) nei settori moda del commercio al dettaglio

IMPRESE DEL DETTAGLIO MODA ATTIVE IN ITALIA	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	SALDO NATI MORTALITÀ IN 8 ANNI
<b>PRODOTTI TESSILI</b> (Commercio al dettaglio di tessuti per l'abbigliamento, l'arredamento e di biancheria per la casa; Commercio al dettaglio di filati per maglieria e merceria): Commercio al dettaglio di prodotti tessili in esercizi specializzati	12.866	13.521	14.137	14.731	15.351	15.768	16.146	16.814	17.722	<b>-4.856</b>
<b>PRODOTTI TESSILI PER LA CASA</b> (Commercio al dettaglio di tende e tendine; tappeti, scendiletto e arazzi): Commercio al dettaglio di tappeti, scendiletto e rivestimenti per pavimenti e pareti (moquette, linoleum) in esercizi specializzati	1.273	1.314	1.323	1.356	1.364	1.360	1.367	1.396	1.392	<b>-119</b>
<b>ARTICOLI SPORTIVI:</b> Commercio al dettaglio di articoli sportivi in esercizi specializzati	10.071	10.439	10.695	10.926	11.142	11.258	11.383	11.583	11.812	<b>-1.741</b>
<b>ABBIGLIAMENTO:</b> Commercio al dettaglio di articoli di abbigliamento in esercizi specializzati	75.224	77.330	78.967	80.174	81.382	82.783	85.046	87.984	90.791	<b>-15.567</b>
<b>CALZATURE E PELLETTERIA:</b> Commercio al dettaglio di calzature e articoli in pelle in esercizi specializzati	15.379	15.999	16.525	16.985	17.423	17.996	18.601	19.224	19.495	<b>-4.116</b>
<b>TOTALE</b>	<b>114.813</b>	<b>118.603</b>	<b>121.647</b>	<b>124.172</b>	<b>126.662</b>	<b>129.165</b>	<b>132.543</b>	<b>137.001</b>	<b>141.212</b>	<b>-26.399</b>

Fonte: Elaborazione Federazione Moda Italia su dati Registro Imprese

Tabella 2: Addetti alle imprese nei settori moda del commercio al dettaglio

Settori		Italia
47.51	Commercio al dettaglio di prodotti tessili in esercizi specializzati	19.316
47.53	Commercio al dettaglio di tappeti, scendiletto e rivestimenti per pavimenti e pareti (moquette, linoleum) in esercizi specializzati	1.848
47.64	Commercio al dettaglio di articoli sportivi in esercizi specializzati	30.629
47.71	Commercio al dettaglio di articoli di abbigliamento in esercizi specializzati	212.662
47.72	Commercio al dettaglio di calzature e articoli in pelle in esercizi specializzati	45.394
<b>TOTALE</b>		<b>309.849</b>

Fonte: Elaborazione Federazione Moda Italia su dati Registro Imprese

Il mercato interno nel settore moda, dopo un 2019 leggermente positivo rispetto all'anno precedente – come dimostrato dal dato sulle variazioni tendenziali dell'Indicatore dei Consumi di Confcommercio in quantità – ha subito un drastico calo nel I trimestre del 2020 (**-15,2%, doppio rispetto alla media** del totale dei beni) che è divenuto devastante nel secondo trimestre (**-45,2%, quasi triplo rispetto alla media** del totale dei beni), senza presentare cenni di ripresa nel III trimestre (**-14,5%, dieci volte maggiore rispetto alla media** del totale dei beni).

In **valore**, tenendo conto del periodo e della possibilità di incentivare le vendite di prodotti di stagione con promozioni e saldi (che, come recita l'art. 15 del Decreto Bersani - D.Lgs. 114/98 "**riguardano i prodotti, di CARATTERE STAGIONALE O DI MODA, SUSCETTIBILI DI NOTEVOLE DEPREZZAMENTO SE NON VENGONO VENDUTI ENTRO UN CERTO PERIODO DI TEMPO**"), il dato risulta ancor più preoccupante per **l'ASSENZA DI UNA MINIMA MARGINALITÀ** che determina la sopravvivenza di qualsiasi attività economica.

Tabella 3: Variazioni tendenziali dell'ICC in quantità

	Anno 2019	I trim 2020	II trim 2020	III trim 2020
Abbigliamento e calzature	1,1	-15,2	-45,2	-14,5
Totale Beni	0,6	-8,6	-18,7	-2,7
Totale Beni E Servizi	0,7	-10,6	-29,1	-10,2

Fonte: ICC – Indicatore Consumi Confcommercio

<https://www.confcommercio.it/documents/20126/2678762/Congiuntura+Confcommercio+%28CC%29+9-2020.pdf/e5374f87-05b0-401d-e342-0d796c2a3bbe?version=1.3&t=1602859983341>

Anche lo **shopping tourism**, che portava 7,5 miliardi di euro di consumi nel solo nostro settore, rappresentando la **terza voce di spesa dopo alloggio e ristorazione**, è venuto quasi completamente a mancare con le chiusure di diritto e di fatto delle frontiere, praticamente limitando a meno di un miliardo di euro le vendite a stranieri in tutto il 2020.

Considerando anche il valore dello **scontrino medio** che, nel solo settore del fashion, nel 2019 era pari a **861 euro**, preoccupa, in particolare, l'assenza di cinesi (28%), russi (12%) e americani (11%) che, insieme, rappresentavano oltre il 50% degli acquisti (Fonte *Fashion & High Street Report* di Federazione Moda Italia su dati *Global Blue* – anno 2020 <http://federazionemodaitalia.com/it/servizi/studi-ricerche/fashion-report> ).

## **PROBLEMATICHE CARATTERISTICHE CHE HANNO IMPATTATO SUL SETTORE**

- Per le specifiche caratteristiche del prodotto di moda, la possibilità di vendita è **LIMITATA ALLA STAGIONE IN CORSO**. Come stabilito dall'art. 15 del D.Lgs. 114/98 (c.d. Decreto Bersani), infatti, i prodotti, di carattere stagionale o di moda sono **“suscettibili di notevole deprezzamento se non vengono venduti entro un certo periodo di tempo”**.
- La peculiarità del nostro settore, infatti, risiede nel fatto che i negozi di moda vivono di collezioni stagionali, **ordinate anche otto mesi prima dell'arrivo dei prodotti in store**, con importanti **investimenti di centinaia di migliaia di euro** in merce che, a questo punto e con ogni probabilità, resterà **ferma in magazzino** come accaduto per la stagione primavera/estate. Un magazzino, per di più, che **non mantiene valore proprio per la specificità dei prodotti rimasti, soggetti ad immediata svalutazione**.

- I negozi di moda, per la peculiare situazione organizzativa e modello di business, nel 2020 hanno **CONTRATTO SOLO DEBITI** con l'erario, i proprietari immobiliari e soprattutto con i fornitori per far fronte agli ordini delle attuali collezioni proposte.
- **Assenza di stranieri** e quindi di *shopping tourism*, unitamente all'elevato utilizzo dello *smart working*, hanno impattato notevolmente sugli acquisti dei prodotti di moda.
- Tra le attività del dettaglio, le **restrizioni previste per la zona rossa riguardano praticamente il solo ambito della moda**, prevedendone la chiusura forzata. Inoltre, la modulazione delle restrizioni in zone, sebbene sia comprensibile dal punto di vista dell'impatto sulla salute, risulta deleteria per le ricadute sull'intero comparto. La sospensione (o meglio **chiusura forzata**) delle attività del dettaglio moda oltre alle attività come bar e ristoranti (tout court nelle zone rosse e a singhiozzo nelle altre zone), palestre, piscine, centri natatori, centri benessere, centri termali, degli impianti sciistici, dei teatri, nonché il divieto di feste nei luoghi al chiuso e all'aperto, ivi comprese quelle conseguenti alle cerimonie civili e religiose, ha comportato importanti **danni diretti e indiretti al nostro comparto**. Aziende che si ritrovano a dover fare i conti sulle mancate vendite di capi, calzature, accessori ed articoli spostivi e per la partecipazione a cerimonie, feste (matrimoni, cresime, comunioni, battesimi) ed altri eventi che, oltre all'impatto dello *smart working* sugli acquisti di abiti per il lavoro, notoriamente generano un importante volume di acquisti, quasi obbligati. **Se non ci sono flussi di clienti e vengono notevolmente ridimensionate le occasioni di uscita e di incontro** (mostre, cinema, musei, cene, aperitivi, palestra, discoteca, ecc...) è conseguenza logica che gli **ACQUISTI DI MODA SI RIMANDANO** ed è quello che sta accadendo **ANCHE OGGI**, non solo nelle zone rosse, ma anche arancioni e gialle.
- Anche **l'INGROSSO della MODA**, pur non essendo direttamente coinvolto nelle vendite ai consumatori, sta subendo – per proprietà transitiva – una **contrazione quasi totale del lavoro** a causa della chiusura delle attività del dettaglio.

Con queste ulteriori restrizioni del DPCM per il Covid-19, le nostre stime prevedono:

- una perdita complessiva di **20 miliardi di euro di consumi nel solo dettaglio moda nel 2020**
- con la **chiusura definitiva di 20 mila negozi in Italia**
- e conseguente ricaduta sull'occupazione di **oltre 50 mila addetti.**

Le prescrizioni degli ultimi DPCM del 13, 18, 24 ottobre e 3 novembre, hanno originato un **blocco dei consumi in tutta Italia con incassi crollati mediamente del 70% anche per chi è potuto rimanere aperto** nelle zone arancioni e gialle con conseguenti ripercussioni sulla filiera, in tema di pianificazione dei pagamenti ai fornitori della collezione autunno/inverno 20/21 che, dopo le difficoltà operative della primavera e gli accordi tra gli stessi fornitori e gli Istituti di credito, stavano tornando ad una certa regolarità. Le nuove restrizioni stanno poi facendo saltare nuovamente tutti i piani di rientro.

Per questo, occorrono **INDENNIZZI** in tutte le **ZONE** (anche nelle zone **NON ROSSE**) ai **NEGOZI** e alle attività all'**INGROSSO** del settore **MODA**, che hanno subito **FORTI CONTRAZIONI DEI FATTURATI**. Federazione Moda Italia avanza all'attenzione della X Commissione "Attività produttive, commercio e turismo" della Camera dei Deputati

#### **RICHIESTE per il settore MODA:**

- **CONTRIBUTI A FONDO PERDUTO per il DETTAGLIO** e per l'**INGROSSO** della **MODA** (che ha subito un gravissimo calo del lavoro per la chiusura delle attività in zone nevralgiche del Paese), in proporzione alle **PERDITE DI FATTURATO DI NOVEMBRE** a prescindere dal colore delle zone in cui insiste l'attività. Per il settore moda, inoltre, non è possibile prevedere un ristoro, o meglio un indennizzo, che trovi fondamento sui fatturati di aprile. Il settore moda, infatti, ha impatti diversi perché segue collezioni stagionali ed è chiaro che anche il valore delle collezioni e quindi l'impatto sui fatturati delle collezioni primavera / estate rispetto a quella dell'autunno / inverno è notevolmente diverso. È sotto gli occhi di tutti l'impatto dei costi di acquisto e di vendita di una t-shirt, di un paio di bermuda, di un maglioncino o di un abito di cotone, di uno spolverino rispetto a quelli di un maglione o di un abito di lana, di un paio di pantaloni di flanella, di un cappotto o di un piumino.

- **AMMETTERE AGLI INDENNIZZI** (oggi estesi alle attività di cui all'Allegato 2 ma della sola zona rossa) del D.L. "RISTORI BIS" le **ATTIVITÀ COMMERCIALI AL DETTAGLIO** che sono state escluse dal DPCM del 3 novembre, **includendo nell'Allegato 2** del Decreto Legge n. 149 del 9 novembre 2020, i **CODICI ATECO ESCLUSI dei negozi di calzature e quelli di camicie e maglierie (47.72.10 e 47.71.30)**. Inoltre i codici ATECO generici a 4 cifre (**47.51 - 47.71 e 47.72** non inseriti nell'Allegato 2) devono rientrare nell'ambito vanno di quelli a 6 cifre attribuiti nel cassetto fiscale di dette aziende. Vale anche in quest'ambito la riflessione di cui sopra sul diverso "peso" del ristoro o meglio dell'indennizzo sulle **perdite di fatturato di novembre, anziché di aprile**. Occorrere superare il riferimento ai meri codici ATECO e guardare alla grave crisi del **comparto moda nel suo complesso**. In particolare, è **FONDAMENTALE** rimediare ai casi eclatanti di **DISCRASIA** tra la **descrizione** delle "attività commerciali al dettaglio per la vendita di generi di prima necessità" individuate nell'Allegato 23 del DPCM del 3 novembre 2020 ("**Commercio al dettaglio di confezioni e calzature per bambini e neonati**" e "**Commercio al dettaglio di biancheria personale**") e l'utilizzo di Codici ATECO specifici ammessi ai ristori di cui all'Allegato 2 del Decreto Legge n. 149 del 9 novembre 2020:

- a) i **negozi di calzature per uomo e donna (47.72.10 - "Commercio al dettaglio di calzature e accessori")** che, seppur non rientranti tra le attività nelle zone rosse ammesse all'apertura per DPCM del 3 novembre, sono stati **ESCLUSI SIC ET SIMPLICITER DAI RISTORI IN QUANTO NON ESISTE UN CODICE DIVERSO** rispetto a quello dei negozi di calzature per bambini e neonati;
- b) i **negozi che vendono camicie e maglieria (47.71.30 - "Commercio al dettaglio di biancheria personale maglieria camicie")** che, seppur non rientranti tra le attività nelle zone rosse ammesse all'apertura per DPCM del 3 novembre, sono stati **ESCLUSI SIC ET SIMPLICITER DAI RISTORI** in quanto rientrano in un codice unico con la biancheria personale.

- **DETAZZAZIONE O ROTTAMAZIONE DEI MAGAZZINI** per superare il grande problema delle rimanenze, attraverso un credito d'imposta del 30% sull'invenduto. Il problema ricade, infatti, proprio sugli operatori del dettaglio che hanno ordinato la merce otto mesi prima della consegna, sulla base di previsioni stilistiche di terzi e di previsioni di vendita in tempi di normalità economica, assumendosi di fatto l'intero rischio dell'invenduto (divenuto certezza con il problema da Covid-19). A fronte di un verosimile **aumento delle rimanenze anche della stagione Autunno/Inverno**, che rischieranno di mettere definitivamente in ginocchio le nostre attività, occorre prevedere una soluzione specifica per il settore della distribuzione della moda (dettaglio e ingrosso), ampliando espressamente i soggetti beneficiari di cui all'art. 48 bis del DL Rilancio che, comunque va esteso per principio, al comparto distributivo, a fronte di un sistema manifatturiero che ha prodotto sul venduto, una volta raccolti tutti gli ordini.
- **SOSPENSIONE SCADENZA VAGLIA CAMBIARI, CAMBIALI E ALTRI TITOLI DI CREDITO** nonché per ogni altro atto avente efficacia esecutiva fino al 31 marzo 2021 (prorogando i termini di cui all'art. 76 del Decreto Agosto), per evitare il rischio di *default* di molti negozi impossibilitati a far fronte agli obblighi con i fornitori a causa di una effettiva e riscontrabile assenza di lavoro. In proposito, si chiede un intervento delle Istituzioni nei confronti degli Istituti di credito e assicurativi per la sospensione dei rating bancari ed assicurativi per gli anni 2020 e, in prospettiva, 2021.
- **BLOCCO DELLE PROCEDURE DI RECUPERO GIUDIZIALE DEL CREDITO.** Incentivare l'organismo di mediazione o la nuova disciplina sulla composizione della crisi d'impresa.
- **PROROGA AL 31 MARZO 2021 DELLA SOSPENSIONE DEI PAGAMENTI PER AVVISI BONARI E DI ACCERTAMENTO IN SCADENZA** (prorogando i termini di cui all'Art. 144 Decreto Rilancio).
- **CREDITO D'IMPOSTA PER GLI AFFITTI** pari al 60% dell'affitto per ciascuno dei mesi di **ottobre, novembre e dicembre** estesi a tutte le attività del settore moda nelle diverse zone a prescindere dal colore (oggi esteso alle attività di cui all'Allegato 2, ma della sola zona rossa).

- **SOSPENSIONE DEI MUTUI e dei LEASING bancari.**
- **PROSECUZIONE DELLA CASSA INTEGRAZIONE fino al 2021.**
- **CANCELLAZIONE DELLA SECONDA RATA DELL'IMU**, a condizione che i relativi proprietari siano anche gestori delle attività in tutte le zone (oggi estesa alle attività di cui all'Allegato 2, ma della sola zona rossa).
- **MORATORIA TRIBUTI E SOSPENSIONE DEI CONTRIBUTI PREVIDENZIALI E ASSISTENZIALI in tutte le zone** (oggi estesa alle attività di cui all'Allegato 2, ma della sola zona rossa).
- **INTRODUZIONE DI UNA WEB TAX** proporzionale ed effettivamente rispondente ai fatturati conseguiti in Italia dalle piattaforme di vendita. Con la chiusura delle attività del periodo primaverile e con queste nuove restrizioni di novembre (mese e periodo determinante per i fatturati del settore moda), gli acquisti online sono incrementati esponenzialmente con il conseguente rischio di vedere **POSIZIONI DOMINANTI** da parte di chi persegue profitti senza versare contributi proporzionali al nostro Stato. Il principio che vogliamo veder applicato è quello dello “stesso mercato, stesse regole”. Nel frattempo, i nostri operatori, che vivono di prodotti stagionali, subiscono un danno irreparabile.
- **SOSTEGNO DELLA FILIERA DELLA MODA** attraverso **agevolazioni a favore di tutte quelle imprese** che, per far fronte alla equa distribuzione dei rischi e delle perdite, **abbiano concesso o concedano erga omnes sconti o annullamenti sugli ordini già effettuati a valle.**