



*Il Presidente*

*Illustrissimo Signor Presidente del  
Consiglio dei Ministri  
Governo italiano  
Prof. Mario Draghi*

*Milano, 15 febbraio 2021*

*Prot. 3*

*COMUNICAZIONE VIA PEC  
[presidente@pec.governo.it](mailto:presidente@pec.governo.it)*

*E p.c.*

*Gentilissimo Ministro dell'Economia e  
delle Finanze  
Dott. Daniele Franco  
[mef@pec.mef.gov.it](mailto:mef@pec.mef.gov.it)*

*Gentilissimo Ministro dello Sviluppo  
Economico  
Dott. Giancarlo Giorgetti  
[gabinetto@pec.mise.gov.it](mailto:gabinetto@pec.mise.gov.it)  
[segreteria.ministro@mise.gov.it](mailto:segreteria.ministro@mise.gov.it)*

*Illustrissimo Signor Presidente del Consiglio,*

*sono a scriverLe per complimentarmi, unitamente ai  
componenti del Consiglio Nazionale di Federazione Moda Italia-Confcommercio, per  
la Sua nomina a capo del Governo in un momento strategico per il rilancio del  
nostro Paese e per presentarLe una panoramica della situazione che sta vivendo il  
retail della moda, nell'auspicio di poterLe dare elementi di approfondimento per le  
decisioni che dovrà prendere per il bene del nostro Paese.*

*A nome di oltre 110 mila imprese rappresentate da  
Federazione Moda Italia – Confcommercio, che occupano circa 310 mila persone  
nella distribuzione commerciale della moda, per confermarLe il diffuso disagio  
economico, sociale e psicologico della categoria e del bisogno urgente di attenzione  
per questo settore in vista delle nuove misure per l'economia.*

*./...*



aderente alla

CONFCOMMERCIO  
IMPRESE PER L'ITALIA

*La ratio di misure restrittive a geometrie variabili per contenere e limitare il contagio, seppur comprensibile dal punto di vista dell'esigenza di tutela della salute e per evitare un lockdown generalizzato, non ha rappresentato un'efficace soluzione al problema della diffusione del covid-19 ed ha avuto al contempo un impatto devastante sul settore moda; l'unico, tra le attività commerciali al dettaglio, davvero penalizzato dalle chiusure selettive e a non poter esercitare il diritto al lavoro.*

*L'elevato utilizzo dello smart working nel pubblico e nel privato, unitamente alla preclusione di occasioni sociali, feste e cerimonie ha provocato un drammatico crollo nelle motivazioni che spingono i consumatori a rinnovare il guardaroba. A questo, si aggiunga l'impatto provocato dall'assenza di stranieri e quindi di shopping tourism, che rappresenta la terza voce del budget dei soggiorni in Italia dopo alloggio e ristorazione e delle forti limitazioni agli spostamenti tra regioni e addirittura tra comuni limitrofi.*

*Un comparto che, per affrontare i crescenti problemi di liquidità, ha dovuto agire sulla leva del prezzo con l'unico obiettivo di limitare i danni in questo prolungato periodo di incertezza delle aperture e del mercato, a fronte di notevoli investimenti in merce e di costi fissi divenuti sempre più insostenibili. Oggi i magazzini sono pieni e le nostre attività stanno contraendo solo debiti per pagare altri debiti, andando incontro ad un inevitabile peggioramento di rating bancari e assicurativi ed esponendosi, di conseguenza, ad elevati rischi di usura e infiltrazioni della criminalità organizzata. Un corto circuito, tra l'altro, che impatta sui nuovi ordinativi e quindi su tutta la filiera e il made in Italy.*

*In questo scenario, le restrizioni previste alle attività del dettaglio nelle zone rosse dal susseguirsi dei diversi Decreti hanno riguardato praticamente il solo comparto moda. Possono, infatti, rimanere aperte, praticamente tutti gli altri negozi su strada come: elettronica di consumo, audio e video, elettrodomestici; librerie; cartolai; giornali; ferramenta; profumerie, fioristi, negozi di animali e cibo per animali, ottica e fotografia, abbigliamento e calzature solo per bambini; biancheria intima; articoli sportivi e biciclette; concessionarie d'auto e moto; detersivi; lampadari e illuminazione; farmacie; articoli igienico-sanitari. Pesanti sono state le ricadute nelle zone gialle e arancioni per i danni indiretti causati dalle restrizioni agli spostamenti e dalle chiusure imposte per il divieto di feste nei luoghi al chiuso e all'aperto, ivi comprese quelle conseguenti alle cerimonie civili e religiose. Ci siamo così ritrovati a fare i conti sulle mancate vendite di capi di moda, del tessile, abbigliamento, calzature, pelletteria, accessori ed articoli sportivi nei periodi e nelle ore tipicamente dedicate allo shopping, perdendo anche gli acquisti per cerimonia e feste (matrimoni, cresime, comunioni, battesimi) e per tutte le occasioni d'incontro.*

*La peculiarità dei negozi di moda sta nella stagionalità delle collezioni, ordinate in occasione delle sfilate e delle fiere anche dieci/dodici mesi prima dell'arrivo dei prodotti che vediamo oggi in vetrina, con ordini minimi imposti dai brand e 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.*

*./..*



aderente alla

**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESI PER L'ITALIA

Presidenza e Segreteria: 20121 Milano – Corso Venezia, 53 – tel. 02.76.015.212 r.a. fax 02.76.003.779  
[fedmoda@confcommercio.it](mailto:fedmoda@confcommercio.it) [www.federazionemodaitalia.it](http://www.federazionemodaitalia.it) – cod. fisc. 80057730154

*L'art. 48 bis del Decreto Rilancio, che oggi riguarda le imprese dell'industria della moda e delle calzature, necessita quindi una formale estensione all'intera filiera e quindi anche alla distribuzione commerciale tra i destinatari del contributo sotto forma di credito d'imposta del 30% sulle rimanenze e un innesto di risorse congrue all'effettivo invenduto, semplificando le procedure per le micro e piccole attività che, come noto, non depositano i bilanci.*

*È chiara, infatti, la ricaduta negativa sui negozi a causa dell'invenduto dei prodotti di moda che, per la loro stessa natura, non solo sono soggetti ad immediata svalutazione, ma anche sono oggetto di tassazione, rientrando tra le poste dell'attivo del bilancio.*

*Le risposte del Governo volte ad indennizzare le attività chiuse attraverso l'utilizzo di codici ateco hanno creato, poi, disagi nel nostro settore che non si sente sufficientemente considerato dalle Istituzioni a fronte dei notevoli "sacrifici" economici e finanziari sostenuti quasi da soli.*

*I nostri imprenditori, nonostante la disperazione e la sensazione di abbandono da parte dello Stato per le discriminazioni e le limitazioni subite, sono persone civili che hanno adottato tutte le misure previste dai protocolli e dalle linee guida per la sicurezza dei luoghi di lavoro, investito rapidamente in tutti i presidi per prevenire ed affrontare al meglio i rischi di contagio in negozio, si sono rimboccati le maniche, hanno accelerato il loro percorso verso l'innovazione e la multicanalità, dimostrato resilienza, ma hanno bisogno di essere concretamente sostenuti e accompagnati e di un cambio di paradigma.*

*Un'ulteriore chiusura per decreto dei nostri negozi non si giustificerebbe in primis perché nelle nostre attività non si registrano mai assembramenti di consumatori e poi anche perché il flusso delle vendite, peraltro scarso, si realizza lungo tutto l'arco della giornata. L'esperienza nei pochi mesi di apertura dei nostri negozi, inoltre, mostra come non ci siano evidenze di contagi nelle attività del dettaglio moda. Un'esperienza che meriterebbe approfondimenti e, di conseguenza, un diverso approccio nelle limitazioni al lavoro anche perché, altrimenti, si metterebbe a rischio di sopravvivenza una moltitudine di aziende con imprenditori e addetti che vogliono "solo" lavorare per vivere.*

*Per questo chiediamo di prevenire ulteriori momenti di tensione, proponendo soluzioni alternative al lockdown delle sole nostre attività commerciali. Esperienze come, ad esempio, quella del Patto "Milano per la scuola", redatto in accordo con Prefettura e Comune e con la Camera di Commercio, con l'adesione di Confcommercio Milano e delle altre Parti sociali, dei gestori del trasporto, degli ordini professionali che ha riprogrammato gli orari della città per rispondere all'esigenza di alleggerire il trasporto pubblico, agevolare gli spostamenti ed evitare assembramenti, in concomitanza con la riapertura delle scuole superiori, potrebbero rappresentare una soluzione di interesse.*

*Serve anche uno sforzo di comprensione per garantire un futuro di un tessuto commerciale che si innesta inscindibilmente, come trama e ordito, con quello urbano.*

*./.*



aderente alla

**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA

Presidenza e Segreteria: 20121 Milano - Corso Venezia, 53 - tel. 02.76.015.212 r.a. fax 02.76.003.779  
[fedmoda@confcommercio.it](mailto:fedmoda@confcommercio.it) [www.federazionemodaitalia.it](http://www.federazionemodaitalia.it) - cod. fisc. 80057730154

Per questo, nella consapevolezza delle difficoltà del Paese, è utile che gli indennizzi relativi al Decreto Ristori quinquies prevedano:

- indennizzi coerenti e proporzionati alle effettive perdite di fatturato alle aziende della distribuzione commerciale della moda che hanno subito un calo dei fatturati in tutta Italia, a prescindere dal "colore" delle zone riferimento e da percentuali minime di perdita di fatturato: non si capisce perché chi perde "solo" il 30% non debba essere indennizzato. Richiesta che ancor più si motiva per il notevole ricorso a sconti, promozioni e saldi atti a ridurre il più possibile l'impatto delle rimanenze, riducendo però quella marginalità di sussistenza; .
- un pronto e congruo risarcimento per tutte i negozi di moda che hanno dovuto chiudere nel periodo natalizio e nelle fasce rosse in un momento determinante per le vendite, quale l'avvio dei saldi; un indennizzo per i negozi di camicie e maglieria, chiusi per DPCM del 3 novembre 2020, ma – avendo lo stesso codice ateco 47.71.30 dei negozi di biancheria personale – ingiustamente ed inspiegabilmente esclusi dai precedenti Decreti sui ristori bis, ter e quater convertiti in legge n. 176 del 18 dicembre 2020;
- indennizzi al settore ingrosso della moda che, pur non avendo subito limitazioni nelle aperture, ha però registrato enormi cali di fatturato dovuti alle ripercussioni delle restrizioni sui negozi di moda e dalle limitazioni degli spostamenti tra regioni e addirittura tra Comuni, che hanno di fatto azzerato le richieste di forniture da parte del retail.

Ho il piacere di inviarLe il contributo aggiornato ai dati più recenti che Federazione Moda Italia-Confcommercio ha anche già depositato presso la X Commissione "Attività produttive, commercio e turismo" della Camera dei Deputati a seguito dell'audizione del 17 novembre scorso sul rilancio del commercio alla luce della crisi causata dall'emergenza epidemiologica.

Nella certezza di un Suo interessamento al presente ed al futuro di un settore che, purtroppo, prevediamo lasci sul campo oltre 20.000 negozi, mi complimento ancora per la Sua nomina alla guida dell'esecutivo del nostro Paese e sono a Sua disposizione per qualsiasi ulteriore approfondimento.

Il Presidente

Renato Borghi



aderente alla

**CONFCOMMERCIO**  
IMPRESE PER L'ITALIA

Presidenza e Segreteria: 20121 Milano – Corso Venezia, 53 – tel. 02.76.015.212 r.a. fax 02.76.003.779  
[fedmoda@confcommercio.it](mailto:fedmoda@confcommercio.it) [www.federazionemodaitalia.it](http://www.federazionemodaitalia.it) – cod. fisc. 80057730154