Coronavirus, crisi per i negozi di abbigliamento: le proposte di Federmoda

di **Redazione**
05 Marzo 2020 – 16:48

Genova. In relazione alla situazione che si sta vivendo per la diffusione dell'epidemia da coronavirus – afferma il Presidente Gianni prazzoli- Federmoda Confcommercio ha ricevuto numerose segnalazioni su tensioni commerciali a seguito del drastico calo del turismo cinese, in primis, ma anche da altre provenienze già a partire da gennaio e da un allarmismo mediatico che ha causato un crollo di presenze e consumi nel settore moda con estensione in ogni città d'Italia, con un calo generalizzato del 50-60% di vendite di prodotti di moda, acuito appunto in quest'ultimo periodo

La rapida diffusione del virus ha influenzato, purtroppo negativamente, il normale svolgersi dell'attività lavorativa delle imprese commerciali associate viste le comprensibili reazioni dei consumatori che limitano le uscite e lo shopping, declinando ogni forma di acquisto "non necessaria" e procrastinabile a favore di acquisti legati quasi esclusivamente ai generi alimentari e farmacologici.□□Il timore, purtroppo, è che questa situazione influisca e ancor di più influirà negativamente sui ricavi delle nostre attività commerciali e conseguentemente sulle difficoltà ad effettuare i pagamenti previsti per la fine del mese e dei mesi a venire.

I buyer stessi (anche quelli che potevano approfittare della giornata di chiusura festiva

dell'attività) hanno rinunciato a partecipare domenica 23 febbraio alla giornata di chiusura delle manifestazioni fieristiche White e The One Milano in occasione della fashion week e sono numerosi gli imprenditori che hanno rinunciato di raggiungere Milano per completare gli ordini per la stagione autunno/inverno 2020/2021 negli showroom, nonostante la scadenza di fine mese.

LE AZIONI PROPOSTE DA FEDERMODA

La nostra Associazione -continua Manuela Carena, Vice Presidente Vicario Federmoda Confcommercio Genova- ha apprezzato, in tal senso, l'attenzione delle Istituzioni ai problemi del commercio, oltre naturalmente a quelli del turismo e dei pubblici esercizi, e ritiene straordinariamente necessario ed urgente lavorare insieme, come un vero Sistema, per proporre insieme misure volte a prevenire e contrastare un'emergenza anche economica del settore.

Per questo è auspicabile che le Istituzioni regionali, camerali e comunali promuovano eccezionali misure per superare gli effetti di una "quarantena commerciale" attraverso bandi di sostegno alle imprese che prevedano, ad esempio: 1. un contributo economico di 10mila euro a copertura dell'80% della spesa corrente totale sostenuta rivolto ad imprese che hanno subito l'impatto. Per queste imprese sarà possibile portare a rendicontazione spese come: canoni d'affitto, utenze, tributi locali, rate di mutuo/leasing, spese per il personale, formazione ecc... 2. un contributo in conto capitale del 50% delle spese da sostenersi pari al massimo a 30mila euro per gli investimenti effettuati per il rilancio delle attività in vista della conclusione del periodo di emergenza come: attività di marketing con acquisto di strumentazione informatica, rinnovo dei locali, arredi o impianti anche in relazione alla sostenibilità.

Infine, visto il prevedibile forte ritardo della partenza degli acquisti primavera/estate 2020 e degli approvvigionamenti della collezione autunno/inverno 2020/2021, occorrerebbe valutare un eventuale spostamento in via sperimentale delle date di avvio dei saldi.

Abbiamo inoltre segnalato prontamente alle Istituzioni la situazione di disagio del settore, proponendo anche a Confindustria Moda di promuovere insieme un'azione di filiera volta a ridurre i disagi del comparto moda a partire dalle seguenti azioni: 1.differimento delle tratte ai fornitori in scadenza; 2. moratoria degli insoluti bancari in ABI – Banca d'Italia 3. sospensione della segnalazione in Centrale Rischi; 4. moratoria per IVA, tasse e mutui; 5. differimento dei pagamenti dei canoni e agevolazione di locazione anche attraverso sgravi ai locatari.

Infine Federmoda Confcommercio ha contribuito ad informare le imprese commerciali sull'azione portata avanti con determinazione dalle Istituzioni nazionali, regionali e comunali nei vari livelli d'interlocuzione con il Sistema Confcommercio con particolare riferimento alle ricadute delle Misure Urgenti in materia di contenimento e gestione dell'emergenze epidemiologica da COVID-2019 sulle PMI rappresentate e ha avviato una campagna di comunicazione social volta ad invitare tutti i consumatori a tornare alla normalità e a fare acquisti sotto casa. Del resto, come le persone più esposte al rischio di mortalità per coronavirus sono quelle con patologie pregresse, così nel mondo imprenditoriale anche le imprese in forte sofferenza come quelle del dettaglio moda per problemi di concorrenza sleale dei colossi del web, delle politiche di pricing di Outlet e catene, di diminuzione dei consumi nel mercato interno, sono maggiormente a rischio. Negli ultimi otto anni, infatti, in Italia hanno chiuso oltre 52mila negozi di moda, a fronte

di sole 26mila nuove aperture, con un saldo nati-mortalità negativo di 26.399 aziende del nostro settore. Ciò vuol dire che, negli ultimi otto anni, il nostro Paese ha perso 9 negozi di moda al giorno.