



CONFCOMMERIO
IMPRESE PER L'ITALIA

Moda: consumi interni ancora altalenanti, crescono gli acquisti dei turisti

Fashion & High Street Report di Federazione Moda Italia: acquisti in calo nel 2018 (-1,7%), mentre per l'anno in corso è ancora presto per tirare conclusioni nonostante un mese di maggio molto difficile. Borghi: «Essenziale evitare l'aumento dell'Iva, ma anche ridurre tasse e introdurre web tax».

Nonostante l'e-commerce, dopo un anno ancora difficile sul fronte dei consumi interni (-1,7%), ad inizio 2019 gli italiani sembrano voler confermare la fiducia ai negozi di prossimità e addirittura s'intravede un aumento delle spese effettuate dagli stranieri extracomunitari nei fashion store del nostro Paese, soprattutto al Nord: questo lo scenario dei primi mesi del 2019 emerso nel nuovo *Fashion & High Street Report* di **Federazione Moda Italia** con *World Capital*, in collaborazione con *Osservatorio Acquisti Nexi*, *Global Blue* e *CCIAA di Milano* che include, in questa edizione, un focus interamente dedicato alla città di Palermo. Per il presidente di **Federazione Moda Italia**, Renato Borghi «*il 2018 si è chiuso ancora una volta in calo e i dati delle vendite nel fashion retail italiano di questo inizio d'anno sono ancora altalenanti. Rimane troppa incertezza e sappiamo bene che se manca la fiducia nel futuro e soprattutto le disponibilità economiche, anche i consumi rimangono al palo. A queste si aggiunge un clima meteorologico che ci ha fatto saltare la stagione. Una circostanza che, ahinoi, si ripete sempre più spesso in questi ultimi anni provocando ingenti danni economici e marginalità sempre più risicate al punto che, lavorando su collezioni stagionali, chiediamo che il settore venga assimilato a quello dell'agricoltura e di poter invocare lo stato di calamità del dettaglio moda. Con i saldi estivi alle porte, non c'è molto tempo per recuperare anche se è ancora presto per tirare le conclusioni sul 2019. Occorre però evitare l'incremento dell'Iva che comporterebbe un ulteriore crollo dei consumi e dare una bella sforbiciata, con un'auspicata riforma fiscale, alle tasse di famiglie e imprese per rilanciare i consumi interni. Le nostre aziende chiedono inoltre di lavorare almeno a parità di condizioni con quelle che si arricchiscono sul web senza versare un equo contributo al Paese. A fronte, poi, di un mercato in rapida evoluzione, di mutate abitudini d'acquisto dei consumatori e di nuovi canali di vendita che riducono sempre più la marginalità dei nostri negozi di Moda, è in corso un monitoraggio delle rinnovate esigenze del dettaglio moda per riproporre le istanze delle nostre aziende alle istituzioni*».