

ECONOMIA

In Basilicata crollano i consumi delle famiglie nel primo trimestre

■ a pagina 10

ECONOMIA In Basilicata segno meno nel primo trimestre per il settore moda con una contrazione delle vendite e una campagna saldi invernali deludente

Consumi in caduta libera

POTENZA. Un primo trimestre decisamente negativo per gli esercizi lucani di abbigliamento-calzature-pelletterie-accessori. Secondo il report di Federazione Moda Italia (Confcommercio) in Basilicata e in Calabria nei negozi di moda a gennaio si è venduto il 7,4 per cento in meno rispetto all'anno precedente, a febbraio il 4,9 per cento in meno e a marzo il 3 per cento in meno. Intanto - sottolineano gli esercenti di Confcommercio - la stagione dei saldi invernali si è chiusa male con una contrazione di vendite. L'unico dato positivo è che nonostante l'e-commerce, dopo un anno ancora difficile sul fronte dei consumi interni (-1,7%), ad inizio 2019 i consumatori 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. Un'indicazione che rilancia il progetto Confcommercio dei centri storici vetrine del "made in Italy" e di tenuta della concorrenza spietata rappresentata dai grandi Centri Commerciali. Le donne lucane acquistano capi di abbigliamento in numero crescente nei grandi centri commerciali del Salernitano e del Barese.

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 allarmanti. 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".



Performance regionali spese italiani nei negozi di moda con carta di credito - I trimestre 2019

	2019		
	Gennaio	Febbraio	Marzo
Abruzzo e Molise	-4,2%	+0,2%	+0,5%
Basilicata e Calabria	-7,4%	-3,9%	-3,0%
Campania	-4,0%	-4,9%	-3,4%
Emilia Romagna	-1,4%	+6,9%	+12,2%
Friuli Venezia Giulia	-2,8%	+1,5%	+4,8%
Lazio	+5,3%	-1,8%	+9,0%
Liguria	+9,0%	+4,8%	+15,1%
Lombardia	+2,1%	+0,2%	+13,7%
Marche	-0,4%	+1,3%	+0,8%
Piemonte e Val d'Aosta	-3,4%	-6,1%	+5,7%
Puglia	-6,7%	-5,8%	-5,8%
Sardegna	-5,0%	-11,5%	-9,8%
Sicilia	+0,8%	+1,0%	-0,3%
Toscana	+0,1%	-4,0%	+2,3%
Trentino Alto Adige	+3,5%	+5,9%	+5,0%
Umbria	-2,4%	-3,4%	-0,1%
Veneto	+0,8%	-1,4%	+5,3%
<i>Totale</i>	<i>+0,2%</i>	<i>-0,4%</i>	<i>+7,2%</i>

Fonte: elaborazioni Federazione Moda Italia su dati Osservatorio Acquisti Nexi

