

La protesta dei commercianti di Potenza si sposta dalla strada ai social

Dalle strade dello shopping davanti ai negozi chiusi con le insegne spente già da circa due settimane la protesta dei commercianti aderenti a Confcommercio Potenza si trasferisce sui social. Tanti gli esercenti che “ci mettono la faccia” per urlare in una campagna social le grandi difficoltà di ditte individuali, di famiglia, microimprese allo stremo. Angela Latorraca, in rappresentanza dei colleghi orafi, gioiellieri, orologiai, tra i più duramente colpiti dalle restrizioni della zona rossa destinate a protrarsi ancora con nuove norme di chiusure in vista della Pasqua, su facebook lancia l’allarme: «Chi non ha mai alzato una saracinesca non sa cosa c’è dietro un semplice e meccanico gesto; Chi non ha mai alzato una saracinesca non sa che ci sono sacrifici sogni speranze; Chi non ha mai alzato una saracinesca non sa che assembramenti non potevano esserci se in 12 mesi non ci sono stati eventi; Chi non ha mai alzato una saracinesca non sa che ogni mattina è un colpo al cuore non poterlo fare; Facciamo presto altrimenti tante saracinesche non si alzeranno più».

Nonostante i saldi, l’andamento delle vendite nel settore abbigliamento-calzature-accessori di quest’inizio d’anno ha registrato un calo del 41,1% a gennaio e del 23,3% a febbraio, senza lasciare spazi a segnali di recupero rispetto alle enormi perdite del 2020. «Ancora non si comprende il motivo per cui un negozio di abbigliamento o calzature o pelletteria – afferma Federmoda-Federazione Moda Italia-Confcommercio – debba essere ricompreso tra quelle poche attività commerciali costrette alla chiusura per decreto in fascia rossa, nonostante gli investimenti fatti in sicurezza e per il rispetto dei protocolli».

«Al nostro settore – prosegue la nota – serve un sostegno immediato, reale, congruo e proporzionato alle effettive perdite, soprattutto slegato dalla soglia minima del 33% del fatturato perché i pro-

dotti di moda seguono, come noto, le tendenze delle stagioni stilistiche e quindi sono soggetti a rapidissima svalutazione. Abbiamo avuto a disposizione solo mezze stagioni per la vendita e fatto subito notevole ricorso a forti promozioni e a saldi, con l’unico obiettivo di contenere le perdite di fatturato. Una soluzione che ha certamente aiutato i negozi ad avere liquidità per pagare personale, fornitori, affitti, tasse e spese vive, ma ha contestualmente generato una drastica riduzione dei margini, mettendo così a rischio il modello di business e la stessa sopravvivenza dei fashion store. Per questa peculiarità, la soglia di perdita di fatturato coerente per il dettaglio moda risulta, pertanto, del 20%».

“Resta indispensabile – conclude Federmoda – un contributo sulle eccedenze di magazzino, sotto forma di credito d’imposta del 30% delle rimanenze come pure è indifferibile anche un intervento sull’abbattimento del costo dei canoni di locazione».

Rispetto alle anticipazioni fin qui emerse dei contenuti del prossimo decreto “Sostegno”, Confcommercio ribadisce l’esigenza di “misure di ristoro adeguate e tempestive”. Quanto ai criteri, “resta confermata la necessità di un meccanismo che superi il sistema dei codici ATECO, non introduca tetti rigidi di ricavi e faccia riferimento tanto alle perdite di fatturato annuo, valutandone con attenzione la misura percentuale da individuarsi come condizione di accesso, quanto ai costi fissi. Tutto ciò per rispondere in maniera equilibrata alle esigenze dei diversi settori e delle diverse dimensioni d’impresa, nonché del mondo delle professioni”.

Antonio Sorrentino - che a nome di Federmoda-Confcommercio nei giorni scorsi ha rivolto un appello al Presidente Bardi e all’Assessore alla Salute Leone per «provvedimenti restrittivi locali» - tenuto conto l’andamento molto diversificato del contagio –aggiunge: «Il nostro massimo impegno è quello di salvare dal fallimento il numero



maggior parte di imprese commerciali che specie nei settori abbigliamento e calzature sono fortemente penalizzate in quanto esposte per l'acquisto, avvenuto da alcuni mesi, di abbigliamento e calzature per le stagioni primavera-estate che le aziende e i gruppi produttori già adesso chiedono di onorare a cui aggiungere i solleciti dei locatari a pagare i fitti e quelli delle banche a rientrare per il fido. Confcommercio rinnova la richiesta di sostegni economici efficaci e veloci per ogni giorno di chiusura da "parametrare" agli incassi registrati in questo stesso periodo nel 2019 e non certo nel 2020 quando addirittura è avvenuto il primo lockdown. Condividiamo la posizione assunta dai sindaci che contestano la zona rossa».

