

**BASILICATA**  
**Confcommercio**  
chiede  
di spostare  
l'inizio dei  
saldi ad agosto

**SERVIZIO**  
a pagina 12

Si parte il 2 luglio ma la proposta è di far slittare l'inizio di un mese

# «Saldi dal 2 agosto al 30 settembre»

## La richiesta di Confcommercio

SPOSTARE i saldi estivi in Basilicata dal 2 agosto al 30 settembre con la possibilità comunque di vendita promozionale nei 30 giorni antecedenti questo periodo: è la richiesta che il presidente di **Confcommercio** Potenza Fausto De Mare rivolta all'assessore regionale alle Attività Produttive Francesco Cupparo. De Mare precisa «che è stata svolta un'indagine tra gli associati soprattutto del settore Federmoda e si è tenuto un confronto con Confesercenti Potenza che condivide il parere». In Basilicata i saldi secondo il calendario definito dalla Giunta regionale e in attuazione della decisione della Conferenza delle Regioni di mantenere la data unica dell'avvio sono in programma dal 2 luglio prossimo e pertanto si rende necessario un provvedimento di rinvio. Federmoda-**Confcommercio** ha condotto un'indagine su un campione di aziende operanti nel settore, che ha evidenziato le problematiche e le criticità emerse a seguito della pandemia di Covid-19.

Di seguito i principali risultati: l'andamento delle vendite nei negozi di moda (tessile, abbigliamento, calzature, pelletterie, accessori, articoli sportivi) ha registrato nel 2020 un calo medio del 43,4%; quasi l'80% dei negozi (78,9%) ha dichiarato di aver subito un calo delle vendite rispetto allo stesso periodo del 2019; poco meno del 4,7% segnala un incremento nelle proprie vendite nell'anno appena trascorso. «I negozi di moda, per la peculiare situazione organizzativa e modello di business - sottolinea **Confcommercio** Potenza - nel 2020 hanno contratto solo debiti con: l'erario per le tasse, con i proprietari immobiliari per le locazioni, con gli Enti per le utenze e soprattutto con i fornitori per far fronte alle nuove collezioni che comportano l'impegno di ingenti capitali e prevedono sempre dei minimi d'ordine. La peculiarità del retail della moda risiede nel fatto che i negozi vivono di collezioni stagionali che sono suscettibili a un notevole deprezzamento se non vengono venduti entro un certo periodo di tempo. Le misure che sono state intraprese nel corso

del 2020 per arginare la situazione pandemica hanno impattato in maniera estremamente negativa sul comparto della moda.

In particolare, le azioni che hanno maggiormente influito a un forte calo dei fatturati sono state lo smart working che ha portato a meno occasioni di consumo e di conseguenza una diminuzione drastica degli acquisti di abiti; le chiusure di negozi e attività connesse ha causato danni diretti e indiretti al comparto moda a fronte della drastica diminuzione di feste, cerimonie, occasioni d'incontro e di frequentazione nonché dei vari divieti di spostamenti all'interno dello stesso comune, tra comuni, regioni; lo shopping tourism ha impattato notevolmente sui flussi e di conseguenza sull'interesse agli acquisti dei prodotti di moda soprattutto nelle grandi città e nelle zone turistiche». Il presidente di Federazione Moda Italia-**Confcommercio**, **Renato Borghi** ha affermato che «il comparto pesantemente vessato dalle chiusure imposte in zona rossa per decreto, nel bel mezzo della primavera, deve fare i conti con ordini effettuati dieci mesi prima e prodotti che, se non venduti entro la stagione, sono suscettibili a notevole deprezzamento. Rimane, quindi, indispensabile un intervento governativo capace di sostenere la filiera della moda, dalla produzione alla distribuzione, sul tema delle eccedenze di magazzino. E' quanto mai urgente il contributo sotto forma di credito d'imposta del 30% delle rimanenze. Solo così potremo affrontare il presente con la giusta predisposizione e propensione agli acquisti della prossima collezione».





Vetrina di un negozio