



**FEDERMODA**

**Sede Nazionale**  
Piazza M. Armellini, 9A – 00162 Roma  
Tel. 06/44188271 - Fax 06/44188465  
federmoda@cna.it – www.cna.it

**Sede Bruxelles**  
36-38 Rue Joseph II - B - 1000 Bruxelles  
Tel. + 32.2-2307429 - Fax + 32.2-2307219  
bruxelles@cna.it

## **Comunicato stampa**

### **Sostenere l'Artigianato e le Piccole Imprese della moda italiana per salvaguardare occupazione, imprese e il futuro del made in Italy**

CNA Federmoda chiede al Governo attenzione per il mondo dell'Artigianato e delle Piccole Imprese della moda italiana.

Attraverso una lettera a firma del Presidente Nazionale CNA Federmoda, Marco Landi e del Responsabile Nazionale, Antonio Franceschini inviata, nel pomeriggio di ieri 29 ottobre 2020, al Presidente del Consiglio dei Ministri, al Ministro dell'Economia e Finanze, al Ministro degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, al Ministro dello Sviluppo Economico e al Ministro del Lavoro e delle Politiche Sociali, l'Unione delle imprese della filiera moda di CNA illustra la situazione del settore e propone una serie di misure chiedendo inoltre un momento di confronto dedicato al settore.

Questi i passaggi della lettera inviata:

Le varie misure fin qui introdotte per supportare i diversi settori produttivi in considerazione della situazione di crisi sanitaria ed economica che sta colpendo il nostro Paese e il mondo in generale non hanno a nostro avviso dedicato la dovuta attenzione a questo comparto che ha tanta rilevanza in termini di saldo positivo per la bilancia commerciale del Paese e rappresenta un biglietto da visita dell'Italia nel mondo.

La filiera moda italiana rappresenta una realtà unica nel panorama internazionale.

La forza del nostro sistema moda è data dal permanere in Italia di un tessuto imprenditoriale fortemente connesso ai territori e trae energia dalle migliaia di imprese artigiane e piccole imprese che apportano competenze e flessibilità all'intera filiera. Recenti iniziative di primari brand della nostra moda hanno ben evidenziato come parte del loro valore sia basato sul rapporto con la filiera produttiva nazionale ed in primo luogo con l'artigianato.

È necessario adottare fin da subito una strategia della resistenza per preservare il settore, garantendo una moratoria finanziaria e contributiva per 18 mesi a partire da gennaio 2021, periodo che rappresenta il ciclo finanziario standard per un'azienda di abbigliamento e l'adozione degli ammortizzatori sociali per tutto il 2021.

La vita produttiva delle aziende di moda è organizzata sulle collezioni Autunno/Inverno e Primavera/Estate, la pandemia e la conseguente progressiva chiusura del traffico di persone a livello internazionale esploso a fine febbraio in Italia ha determinato l'interruzione della campagna vendita invernale, tanto che Milano è stata colpita proprio durante la settimana della Moda Donna con fiere e sfilate in corso, di fatto la campagna vendite invernale 2020 si è conclusa a metà.

Nello stesso momento erano in corso le consegne della Primavera Estate 2020 in questo caso la merce inviata dalle aziende o non è stata ritirata oppure è stata ritirata dai negozianti che dopo pochi giorni hanno dovuto chiudere per il lockdown.

Per realizzare la produzione invernale, le aziende che hanno voluto regolarmente consegnare il venduto hanno acquistato i materiali nonostante le chiusure per rispondere agli ordini nei tempi e modi consueti e allo stesso tempo hanno concesso dilazioni di pagamento ai clienti chiusi per lockdown per garantire la continuità dei rapporti.

La campagna vendita PE 2021 è iniziata da luglio per la cancellazione di diverse manifestazioni, gli eventi in formato virtuale e i pochi eventi all'estero non hanno dato i risultati sperati.



La situazione complessiva a livello mondiale ha ridotto mediamente gli acquisti del 50%.

La cosiddetta seconda ondata determina un ulteriore danno per la stagione invernale 2020/2021 e si ripercuoterà sulla prossima campagna vendita per l'AI 2021/2022, stiamo quindi parlando di 4 stagioni, che significano due anni di investimenti senza ritorno, con un calo di fatturato del 2020 che si stima dal 35% al 60%, un'ulteriore previsione sulla PE 2021 dal 50% al 70%.

Le aziende si trovano ad attraversare un periodo storico per cui la mancanza di lavoro prolungata non può che determinare una forte riduzione del personale e mancanza di liquidità per far fronte agli impegni con i fornitori, quindi è determinante il mantenimento per tutto il 2021 della cassa integrazione nella speranza che la scoperta del vaccino in questo lasso tempo permetta al mercato di riprendere anche gradualmente verso i livelli del passato e la rinegoziazione di tutti i finanziamenti con moratoria per ulteriori 18 mesi degli esistenti e possibilità di rinegoziazione per un periodo minimo di 10 anni e con concessione di aiuti a fondo perduto in base alle perdite subite causa Covid .

Sarebbe importante, inoltre, un'agevolazione fiscale sull'acquisto di prodotti Made in Italy nel nostro Paese, sarebbe un naturale volano di una campagna di sensibilizzazione all'acquisto dei nostri prodotti moda, che più degli altri sono il frutto di una sostenibilità sociale economica e ambientale, tematica al centro delle politiche di sviluppo globali.

Dobbiamo riuscire a promuovere il Made In Italy nel mondo per far questo dobbiamo impiegare tutte le risorse a disposizione per l'internazionalizzazione, portando fisicamente le nostre aziende ed i nostri prodotti Moda nel mondo, la Moda ha bisogno di essere indossata provata raccontata fisicamente, uno sforzo verso l'esterno per poi portare gli estimatori del Made in Italy qui da noi in Italia a vedere, gustare, vivere il nostro il nostro sistema di vita e la nostra cultura, che sono l'anima della nostra creatività e delle nostre creazioni.

La Moda è un settore ad alta intensità di manodopera quindi per essere competitivo ha necessità di una ulteriore riduzione del cuneo fiscale e flessibilità nell'utilizzo dei contratti a termine e taglio contributivo importante per chi stabilizza e forma il personale in azienda, leve queste che andranno a incidere positivamente sul mercato del lavoro in un momento che potrebbe essere catastrofico per licenziamenti dovuti a perdite di commesse e di lavoro.

È inoltre importante agevolare la crescita delle imprese con patti di filiera e agevolare le aggregazioni, il tutto finalizzato ad avere una filiera più solida capace di reggere il mercato e pronta a ricevere i frutti di agevolazioni su politiche di reshoring che dovrebbero essere sostenute e incoraggiate.

I punti di forza dei nostri distretti sono la prossimità territoriale, esperienza e know-how, qualità delle lavorazioni, rispetto delle regole.

Il futuro ci vuole flessibili , in grado di rigenerare nuove competenze e nuove servizi nel rispetto della trasparenza ed eco-sostenibilità ma la minaccia più grande è lo sfilacciamento della filiera e la perdita di competitività, l'indifferenza del consumatore verso la qualità e la sola attenzione al prezzo, noi invece siamo bravi a produrre Bellezza come Cultura d'impresa come Stile di Vita, questo è quanto dobbiamo promuovere e sostenere nel mondo.

La Bellezza che diventa attrattività e sostiene l'eccellenza di processo generando "qualità" e riconoscibilità verso il consumatore.

Se non verranno prese misure ad hoc il settore è destinato a collassare con una forte ripercussione negativa sul nostro Paese fin dal 2021.

Roma, 30 ottobre 2020