la Rassegna.it
Fondata nel 1906

26 Maggio 2016

Borghi (Federmoda): “In 4 anni chiusi 30mila negozi”. In calo lo shopping dei cinesi

Renato Borghi
Renato Borghi

I dati del Fashion & High Street Report 2015 – realizzato da Federazione Moda Italia-Confcommercio con World Capital Group, in collaborazione con l’Osservatorio Acquisti CartaSi e Global Blue – mettono a nudo tendenze contraddittorie. Solo alcuni esempi: in aumento gli acquisti dei cinesi (+56%), che rappresentano un terzo del totale delle vendite, quasi il triplo delle spese dei russi in caduta libera (-41% rispetto al 2014). Milano si conferma la meta preferita per lo shopping tax free (34% sul totale delle vendite in Italia a stranieri extra Ue), registrando nel 2015 un incremento del 17%, al secondo posto Roma (18% sul totale delle vendite) con un aumento più modesto (10%) rispetto a Firenze e Venezia che registrano entrambe incrementi del 27% rispetto al 2014. Al contrario e purtroppo, nei primi mesi del 2016 si è assistito ad un calo del 15% degli acquisti dei turisti cinesi rispetto allo stesso periodo dello scorso anno. Per Renato Borghi, presidente di Federazione Moda Italia–Confcommercio: “il 2015 si è chiuso con una sostanziale stabilità di fatturati, ma in quattro anni il solo retail della moda ha visto chiudere in Italia circa 30mila negozi a fronte di 15mila che hanno aperto, di cui peraltro, la stragrande maggioranza a conduzione straniera. Questo dato, insieme all’analisi del nostro Fashion & High Street Report, ci consegna un quadro che si sbaglierebbe, però, a considerare un problema solo del commercio, quando in realtà riguarda l’intera collettività. In questi primi mesi abbiamo assistito a qualche seppur timido segnale positivo, ma

sono ancora tante le imprese in sofferenza. Urge una strutturale riduzione delle tasse a famiglie e imprese, la conferma dell’eliminazione delle clausole di salvaguardia e un intervento di sostanza sulla riduzione della spesa pubblica. Solo così, e con una contestuale apertura dei rubinetti del credito, sarà possibile parlare di rilancio di consumi e di boccate d’ossigeno alla nostra imprenditoria tutta rigorosamente made in italy”.