



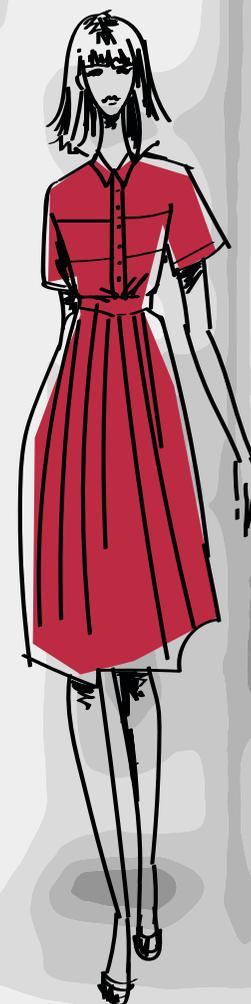
WORLD
CAPITAL



Fashion

HIGH STREET REPORT - 2021

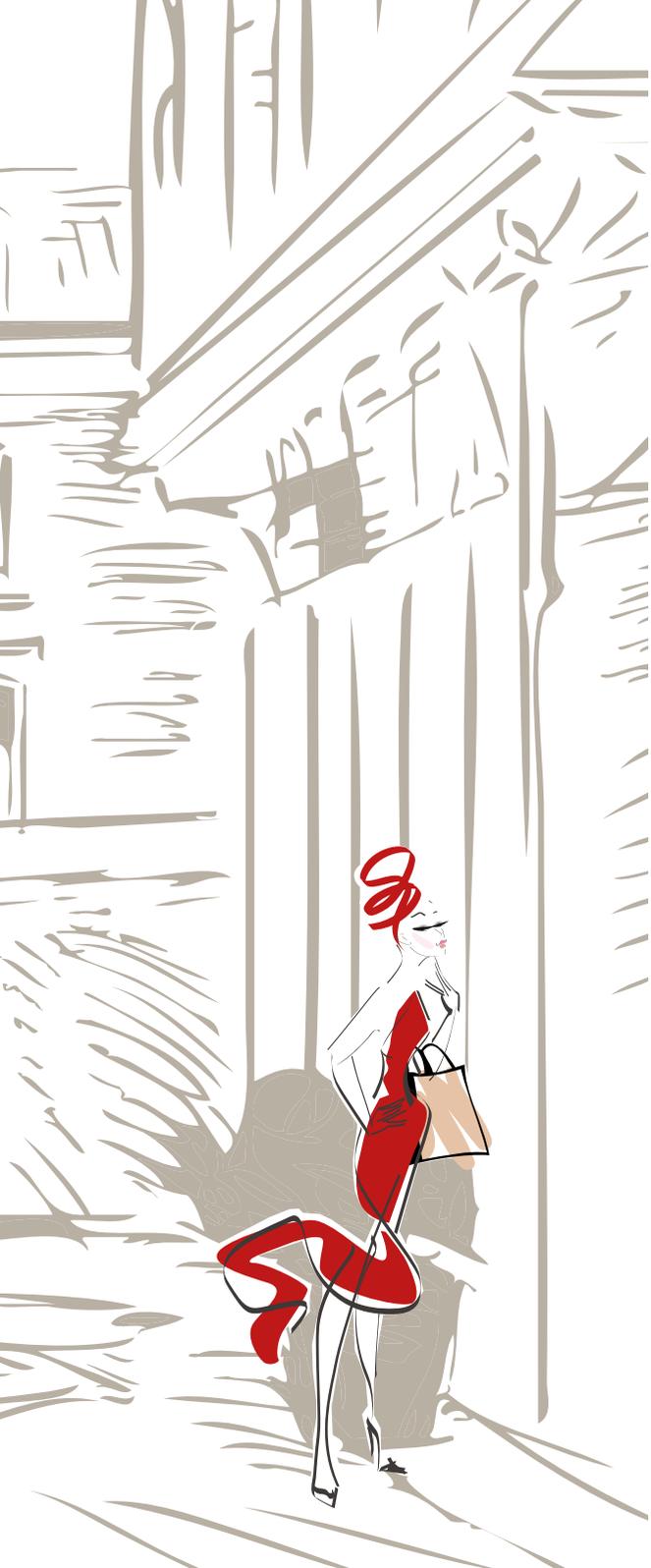
Effetti della pandemia in Italia



SOMMARIO

INTRODUZIONE

06	STOCK DEL MERCATO RETAIL IN ITALIA	6
	STOCK DEL MERCATO RETAIL IN ITALIA - PER AREA GEOGRAFICA	7
MERCATO IMMOBILIARE RETAIL		
08	MERCATO IMMOBILIARE NELLE HIGH STREET ITALIANE	8
	CLASSIFICAZIONE DEI CANONI DI LOCAZIONE PER VIA	12
	CLASSIFICAZIONE DEI CANONI DI LOCAZIONE PER CITTA'	14
	TEMPO DI VACANCY E TASSO DI SCONTO	18
	CONFRONTO CON LE HIGH STREET MONDIALI	20
ANALISI DEL MERCATO		
22	LE CHIUSURE RETAIL NEL MONDO	22
	ANALISI E CONSIDERAZIONI SU UN PRIMO CENSIMENTO	24
EFFETTI DELLA PANDEMIA SUL COMPARTO MODA NEL MONDO		
25	INTERVISTA A R. BORGHI (PRESIDENTE DI FEDERAZIONE MODA ITALIA)	26
	IL SETTORE NEL PERIODO PRE-COVID	27
	L'IMPATTO COVID-19 SUL SETTORE MODA IN ITALIA	27
	LE AZIONI CHE HANNO IMPATTATO SUL COMPARTO MODA	30
	L'ANDAMENTO DELLE VENDITE 2019 VS 2020	31
	I DATI DI GENNAIO 2020/21 VS FEBBRAIO 20/21	32
L'IMPATTO COVID SUL SETTORE MODA ITALIA		



INTRODUZIONE



PANORAMICA DEL MERCATO RETAIL IN ITALIA DURANTE IL COVID

Il mercato immobiliare retail, durante il periodo COVID 19 ha iniziato a subire importanti cambiamenti.

I consumatori **durante il periodo pandemico** hanno dovuto rivoluzionare le loro abitudini di consumo e di conseguenza ciò è visibile dal punto di vista economico.

L'obiettivo è proprio quello di **ricostruire le principali variazioni** nel retail in Italia e nel mondo al 2021.

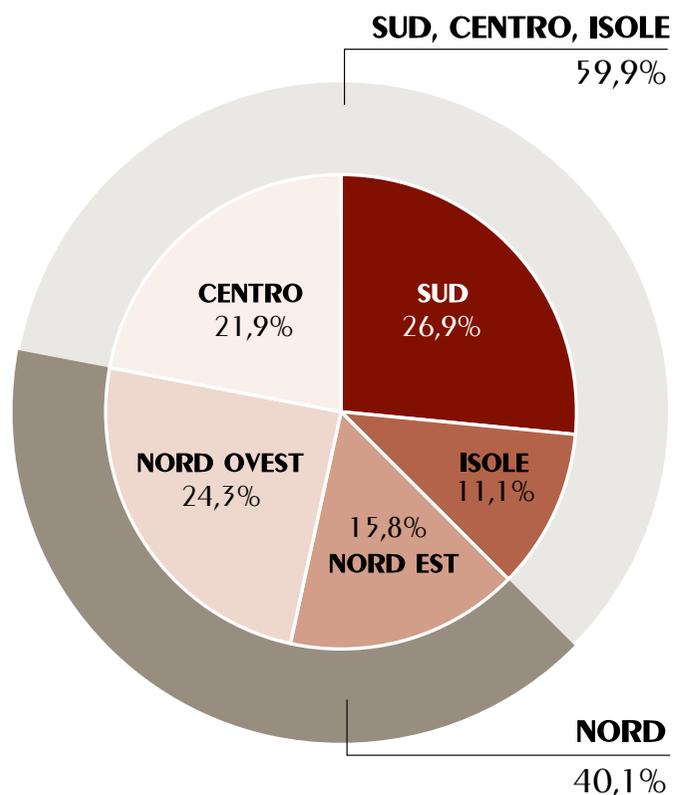


ANALISI DEL
MERCATO
IMMOBILIARE
RETAIL



Stock degli immobili Retail - Italia - 2020

Fonte: OMI - Agenzia delle Entrate



Lo stock delle unità immobiliari censite in Catasto nelle Categorie C/1 e C/3, che comprende gli immobili a destinazione negozi e laborator, riguarda circa 2,55 milioni di unità sul territorio nazionale, con una concentrazione maggiore nell'area del Nord (40,1% - Nord-Ovest 24,3% e Nord Est 15,8%). Segue il Sud (26,9% e, a breve distanza, il Centro (21,9%), mentre risulta inferiore la quota nelle isole (11,1%). Tra le regioni tuttavia, la maggior presenza relativa di negozi sul territorio si osserva in Lombardia (con una quota stock di negozi del 14,3%), unico valore a doppia cifra insieme a quello della Campania (11%). Nelle altre macro aree da segnalare il Lazio (9,7% al Centro), la Sicilia (8,3% tra le Isole) ed il Veneto (7,9% nel Nord Est).

Area	Regione	Stock	Quota %
Nord-Est	Emilia Romagna	174.098	6,8%
	Friuli-Venezia Giulia	27.757	1,1%
	Veneto	200.576	7,9%
TOTALE		402.431	15,8%
Nord Ovest	Liguria	76.442	3,0%
	Lombardia	364.608	14,3%
	Piemonte	170.209	6,7%
	Valle D'aosta	6.630	0,3%
TOTALE		617.889	24,3%
Centro	Lazio	246.149	9,7%
	Marche	77.649	3,1%
	Toscana	188.451	7,4%
	Umbria	43.827	1,7%
TOTALE		556.076	21,9%
Sud	Abruzzo	65.973	2,6%
	Basilicata	30.756	1,2%
	Calabria	99.781	3,9%
	Campania	280.321	11,0%
	Molise	14.552	0,6%
	Puglia	192.329	7,6%
TOTALE		683.676	26,9%
Isole	Sardegna	73.188	2,9%
	Sicilia	209.981	8,3%
TOTALE		283.169	11,1%
ITALIA		2.543.241	100%

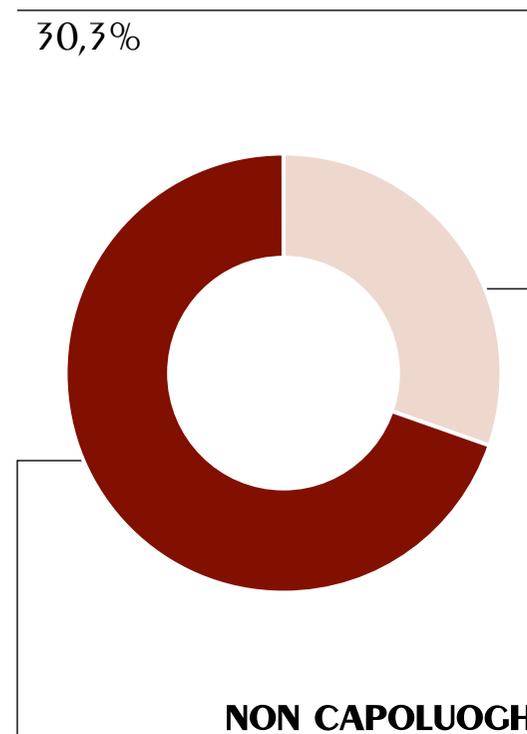
Italian Retail Stock per regione e per area geografica - 2020

Fonte: OMI - Agenzia delle Entrate

Area	Comuni	Stock	Quota %
Nord Est	Capoluoghi	115.421	28,70%
	Non capoluoghi	287.010	71,30%
Nord Ovest	Capoluoghi	190.192	30,80%
	Non capoluoghi	427.697	69,20%
Centro	Capoluoghi	225.067	40,50%
	Non capoluoghi	331.009	59,50%
Sud	Capoluoghi	151.551	22,20%
	Non capoluoghi	532.165	77,80%
Isole	Capoluoghi	87.115	30,80%
	Non capoluoghi	196.014	69,20%
ITALIA	Capoluoghi	769.346	30,30%
	Non capoluoghi	1.773.895	69,70%

CAPOLUOGHI

30,3%



NON CAPOLUOGHI

69,7%

Mercato Immobiliare Retail nelle High-Street italiane

Q1-2021

Fonte: World Capital

NORD

Città	High-Street	Canone di Locazione (€/mq)		Tempo di Vacancy (Mesi)		% Sconto dal prezzo di partenza		Tagli (Mq)		Rendimento Lordo	
		Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max
Bologna	Galleria Cavour	740	1.620	4	8	10	12	50	200	6,00%	7,00%
	Via C. Farini	470	1.330	4	8	10	17	50	200		
	Via D'azeglio	700	2.000	4	8	10	17	50	200		
	Via Dell'Archiginnasio	340	700	5	9	7	17	50	200		
	Via Indipendenza	620	1.730	5	8	7	17	50	200		
	Via Rizzoli	501	960	5	8	6	11	50	200		
	Via San Felice	300	600	6	9	6	16	50	200		
Via Ugo Bassi	560	1.420	5	8	6	16	50	200			
Cortina	Corso Italia	870	2.350	2	6	7	17	30	550	5,50%	7,50%
Genova	Galleria Mazzini	400	740	4	8	5	12	40	690	6,00%	8,00%
	Via Luccoli	320	825	4	9	5	17	50	690		
	Via Roma	410	810	4	10	7	12	40	690		
	Via San Luca	310	630	4	9	5	17	50	690		
	Via San Vincenzo	430	850	4	7	5	12	50	790		
	Via XII Ottobre	350	640	5	10	13	21	40	740		
	Via XX Settembre	330	930	2	8	3	13	40	690		
Via XXV Aprile	350	700	3	8	5	17	40	690			
Milano	Corso Buenos Aires	810	2.250	3	4	7	12	50	550	3,5%	5,50%
	Corso Vercelli	760	2.460	4	7	7	9	80	700		
	Corso Vittorio Emanuele	2.870	5.890	2	2	4	7	70	750		
	Via Dante	1.680	2.410	2	2	7	12	65	650		



Città	High-Street	Canone di Locazione (€/mq)		Tempo di Vacancy (Mesi)		% Sconto dal prezzo di partenza		Tagli (Mq)		Rendimento Lordo	
		Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max
Milano	Via Della Spiga	2.000	7.100	3	6	7	12	65	450	2,50%	4,00%
	Via Manzoni	1.320	2.450	6	9	10	17	80	500	4,00%	6,00%
	Via Monte Napoleone	4.830	10.500	3	5	7	9	70	400	3,00%	3,50%
	Via Torino	1.100	2.670	5	7	10	12	40	300	4,00%	5,50%
Portofino	P. Martiri Dell'Olivetta	930	1.990	2	7	7	12	35	95	5,50%	6,50%
	S. Margherita Via Roma	710	1.630	2	5	7	23	35	75		
	Via Calata Marconi	1.100	2.160	2	7	7	13	35	75		
Torino	Piazza San Carlo	720	1.600	3	6	12	23	40	385	5,50%	7,50%
	Via Garibaldi	340	1.150	3	8	13	18	40	585		
	Via Lagrange	550	1.750	2	6	13	21	40	485		
	Via Roma	440	1.640	2	8	13	17	45	485		
Venezia	Calle Frezzeria	1.350	3.000	2	4	5	12	35	135	4,50%	6,00%
	Calle Merceria	1.590	4.100	2	4	6	12	45	135		
	Calle Vallaresso	1.300	2.470	2	3	7	19	25	115		
	Campo San Bartolomeo	2.600	4.320	2	3	7	17	25	135		
	Piazza San Marco	2.300	4.980	2	5	7	12	35	135		
	Via XXII Marzo	1.420	3.860	2	6	7	12	25	135		
Verona	Corso Porta Borsari	600	1.620	2	4	6	17	45	185	5,50%	7,00%
	Via Cappello	900	1.990	2	3	4	6	45	215		
	Via Mazzini	1.390	2.650	2	3	5	7	45	185		
	Via Pelllicciari	570	999	3	5	10	17	45	265		
	Via Roma	490	870	2	6	10	15	45	260		

Al nord, i canoni di locazioni durante la pandemia hanno registrato una variazione percentuale media del **-6% rispetto al periodo pre-COVID**.

Mentre i tempi di vacancy hanno subito una dilatazione, i tagli richiesti (mq) sono **diminuiti del 10%**.

A confermare il **periodo di incertezza** dovuto alla pandemia sono i valori dei rendimenti lordi e la percentuale di sconto dal prezzo di partenza, entrambi in aumento.

I dati che hanno fatto registrare una maggiore variazione sono evidenziate in rosso.

CENTRO

Città	High-Street	Canone di Locazione (€/mq)		Tempo di Vacancy (Mesi)		% Sconto dal prezzo di partenza		Tagli (Mq)		Rendimento Lordo	
		Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max
Firenze	Piazza Degli Antinori	1.000	2.410	3	4	3	16	60	190	4,50%	6,00%
	Via Calimala	1.050	1.870	4	4	12	17	40	190	4,50%	6,00%
	Via Calzaiuoli	1.600	4.320	3	3	10	17	40	190	4,50%	6,00%
	Via Dei Cerretani	999	2.015	2	5	12	17	40	190	4,50%	6,00%
	Via Del Corso	800	1.100	2	3	10	17	40	140	4,50%	6,00%
	Via Della Vigna Nuova	630	1.290	2	3	3	17	40	190	4,50%	6,00%
	Via Por S. Maria	1.580	2.500	2	2	12	17	40	190	4,50%	6,00%
	Via Roma	850	2.435	3	6	10	17	40	190	4,50%	6,00%
	Via Strozzi	840	2.230	2	6	7	13	40	190	4,50%	6,00%
	Via Tornabuoni	1.340	2.500	2	4	3	11	40	190	4,50%	6,00%
Pisa	Borgo Largo	290	680	6	13	7	17	40	90	6,00%	8,00%
	Borgo Stretto	520	990	3	5	5	10	30	90	6,00%	8,00%
	Corso Italia	599	1.280	3	8	8	12	70	690	6,00%	8,00%
Roma	Piazza Di Spagna	2.840	7.400	3	5	6	16	30	130	4,00%	6,00%
	Via Borgognona	1.690	2.105	3	10	5	13	80	130	4,00%	6,00%
	Via Cola Di Rienzo	890	2.890	3	5	11	21	30	330	4,00%	6,00%
	Via Dei Condotti	3.220	9.430	2	3	6	11	70	130	4,00%	6,00%
	Via Dei Giubbonari	905	1.520	3	7	6	17	20	80	4,00%	6,00%
	Via Del Babuino	2.200	4.130	3	6	10	22	20	230	4,00%	6,00%
	Via Del Corso	1.540	5.600	3	5	12	22	30	730	4,00%	6,00%
	Via Frattina	1.290	2.670	3	6	10	17	30	130	4,00%	6,00%



In **centro Italia** i canoni di locazioni hanno subito una variazione percentuale (media), lievemente maggiore rispetto al nord del **-7%**. Anche i valori dei rendimenti lordi e la percentuale di sconto dal prezzo di partenza sono anche qui **umentati**.

SUD E ISOLE

Città	High-Street	Canone di Locazione (€/mq)		Tempo di Vacancy (Mesi)		% Sconto dal prezzo di partenza		Tagli (Mq)		Rendimento Lordo	
		Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max	Min	Max
Bari	Corso Cavour	470	789	7	9	8	14	40	120	7,00%	8,00%
	Corso Vittorio Emanuele	310	780	7	10	5	9	40	160	7,00%	8,00%
	Via Argiro	388	960	6	8	8	14	40	120	7,00%	8,00%
	Via Sparano	625	1.420	6	7	7	12	40	120	7,00%	8,00%
Catania	Corso Italia	200	415	8	14	8	13	60	140	8,00%	9,00%
	Via Etnea	125	360	8	12	8	13	60	240	8,00%	9,00%
Napoli	Corso Garibaldi	520	1.120	2	6	9	14	50	200	7,00%	8,00%
	Corso Umberto	570	980	4	7	9	12	55	385	7,00%	8,00%
	Via Calabritto	740	1.280	5	7	10	14	55	85	7,00%	8,00%
	Via Chiaia	840	1.240	4	6	9	12	55	85	7,00%	8,00%
	Via Dei Mille	870	1.250	6	8	14	19	55	285	7,00%	8,00%
	Via Filangieri	740	1.140	4	6	10	14	55	185	7,00%	8,00%
	Via Scarlatti (Vomero)	750	1.350	4	7	7	14	55	435	7,00%	8,00%
	Via Toledo	670	1.050	3	12	9	14	55	335	7,00%	8,00%
Palermo	Via Della Libertà	430	1.430	6	10	12	19	40	190	7,00%	8,50%
	Via Maqueda Primo Tratto	500	1250	7	8	9	19	40	240	7,00%	8,50%
	Via Ruggero Settimo	610	1.490	7	10	12	19	30	140	7,00%	8,50%
Porto Cervo	Piazzetta	1.350	2.330	3	6	7	11	45	95	5,50%	6,50%
	Via La Passeggiata	910	1.780	3	6	7	11	45	95	5,50%	6,50%



Al sud la situazione peggiora drasticamente in tutti i suoi aspetti. Ad incrinarsi sono soprattutto i canoni di locazioni i quali hanno subito una variazione percentuale (media), di quasi il **-10%** rispetto al 2019.

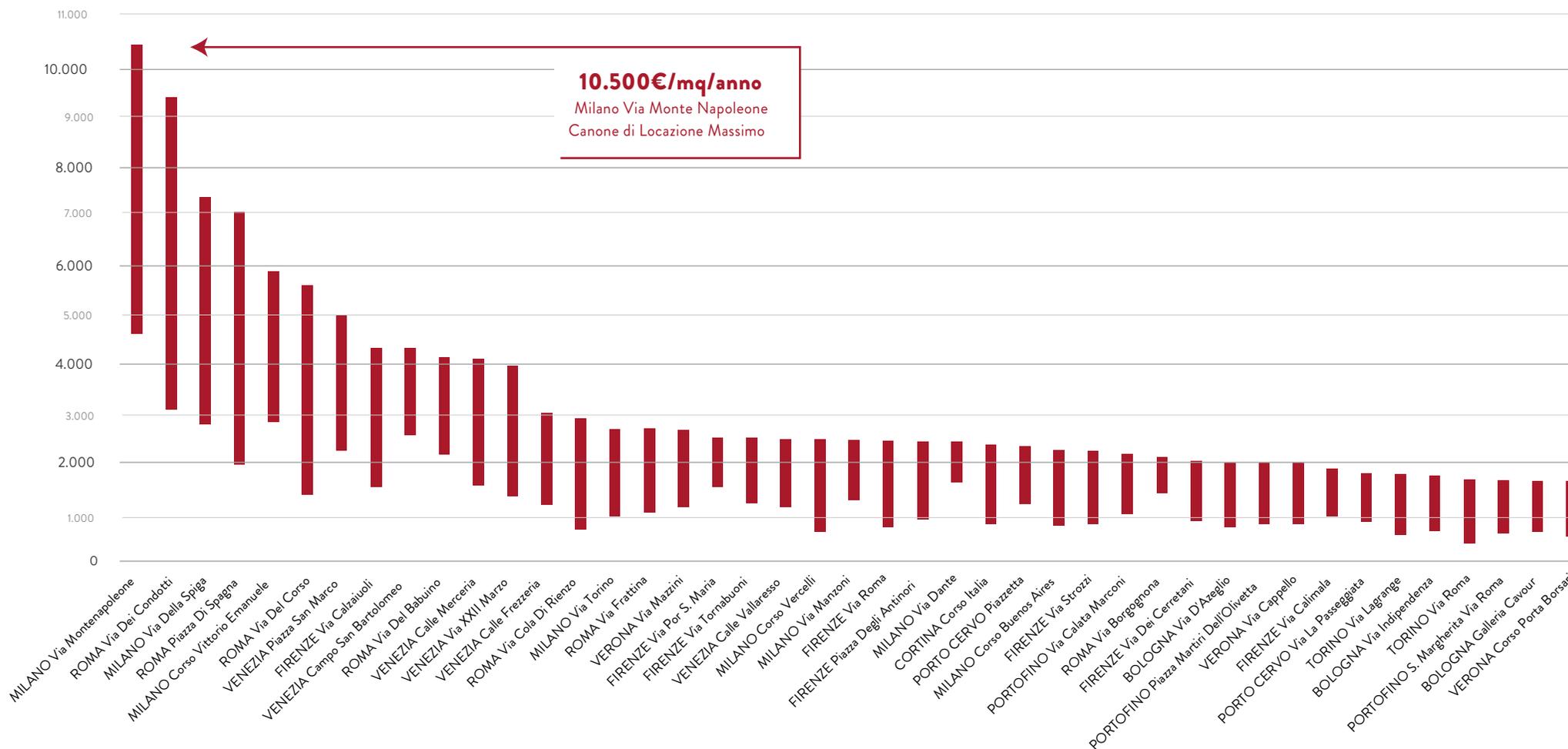
Classifica dei canoni di locazione per via

Q1-2021 €/mq/anno

€/mq/anno

Fonte: World Capital

NORD, CENTRO, SUD E ISOLE



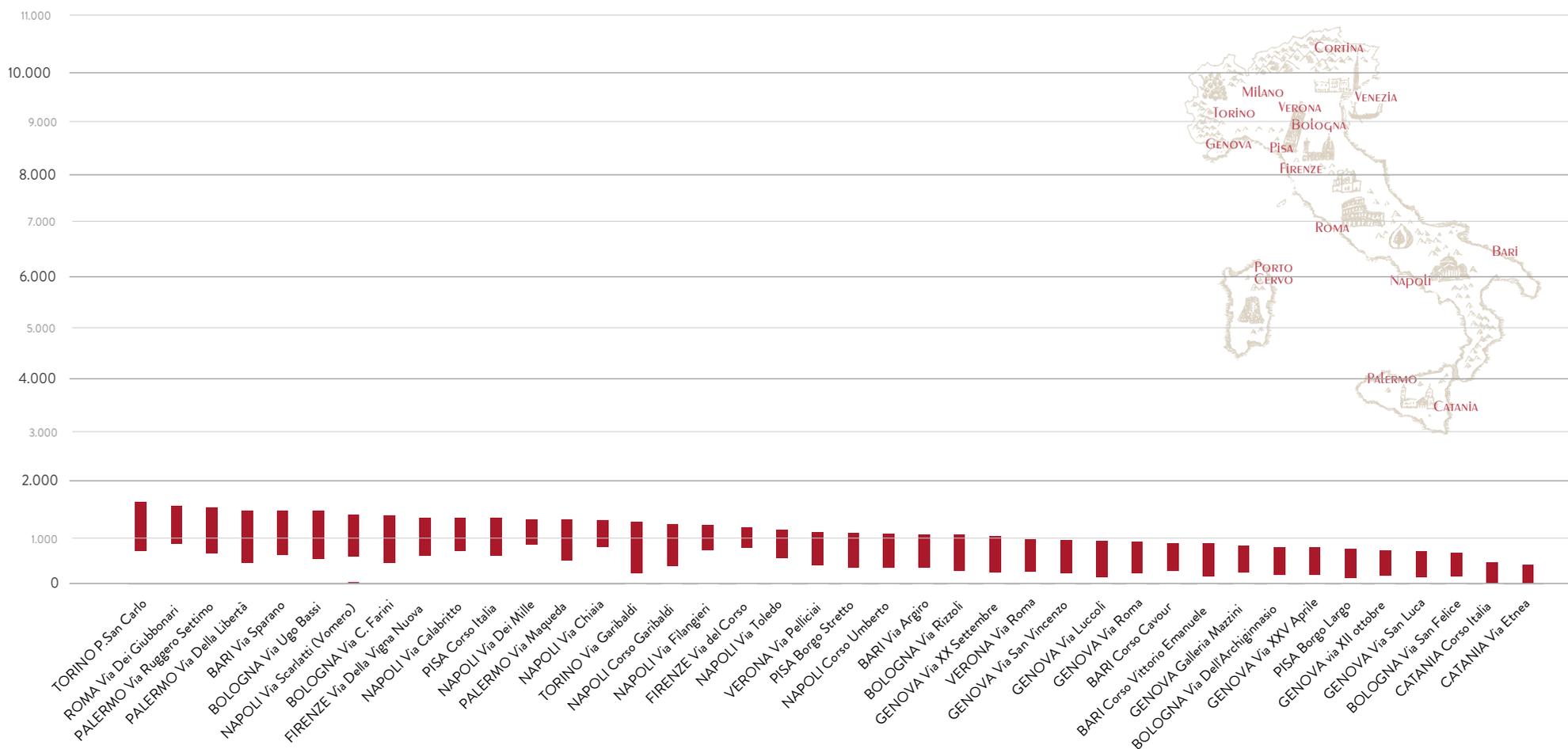
Classifica dei canoni di locazione per via

Q1-2021 € /mq/anno

€ / mq
anno

Fonte: World Capital

NORD, CENTRO, SUD E ISOLE



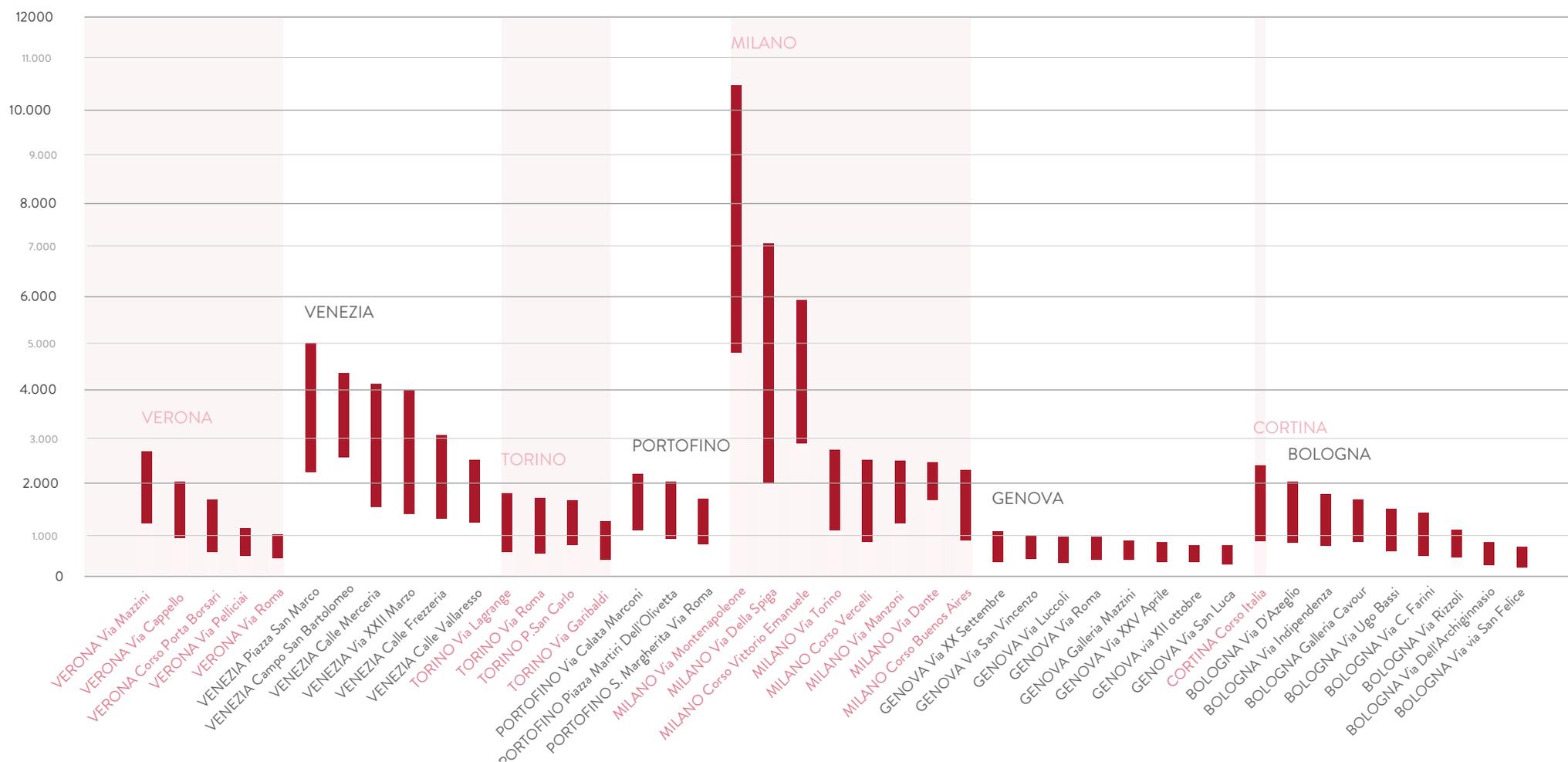
Classifica dei canoni di locazione per città

Q1-2021 € /mq/anno

€ / mq
anno

Fonte: World Capital

NORD



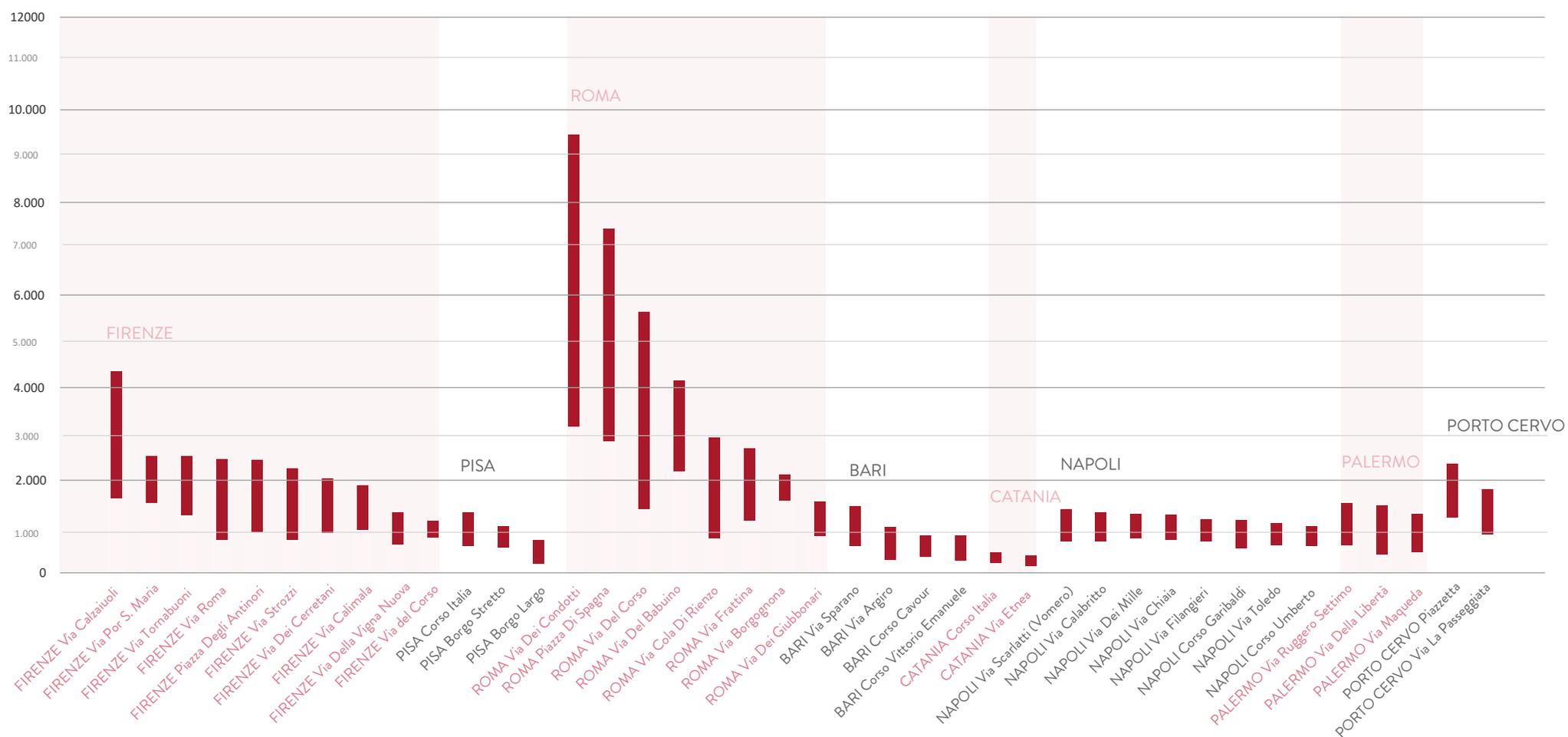
Classifica dei canoni di locazione per città

Q1-2021 € /mq/anno

€ / mq
anno

Fonte: World Capital

CENTRO, SUD E ISOLE

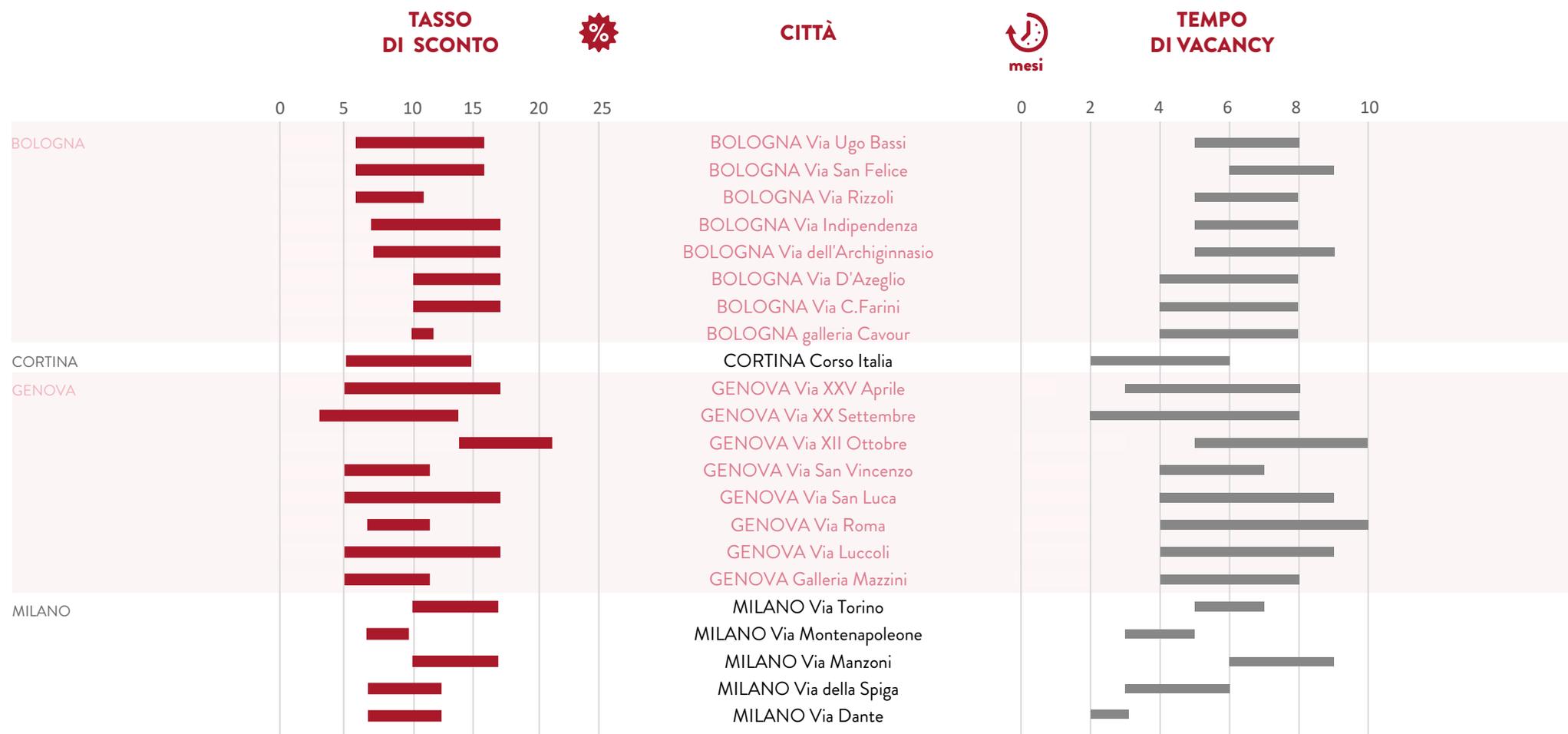


Tempo di vacancy e tasso di sconto per città

Q1-2021 €/mq/anno

Fonte: World Capital

NORD

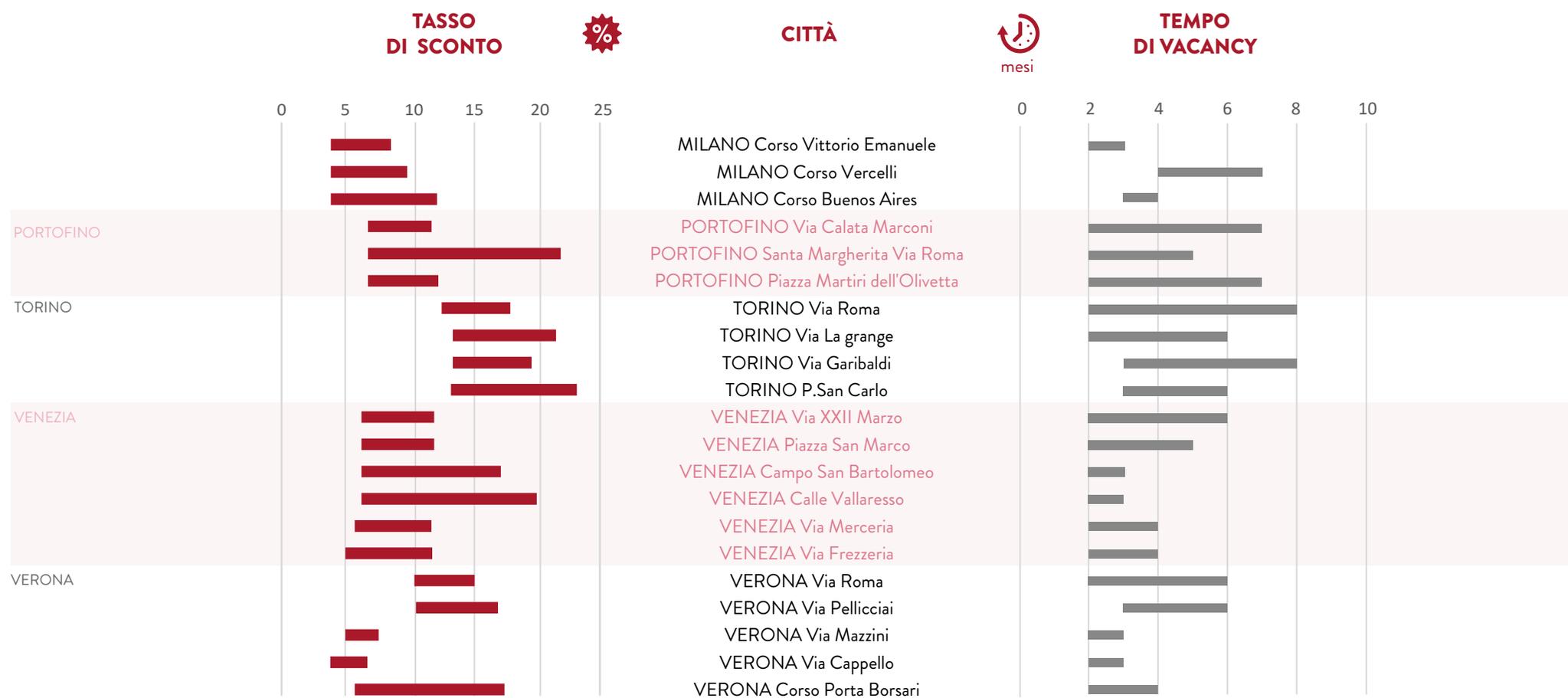


Classifica dei canoni di locazione per città

Q1-2021 €/mq/anno

Fonte: World Capital

NORD

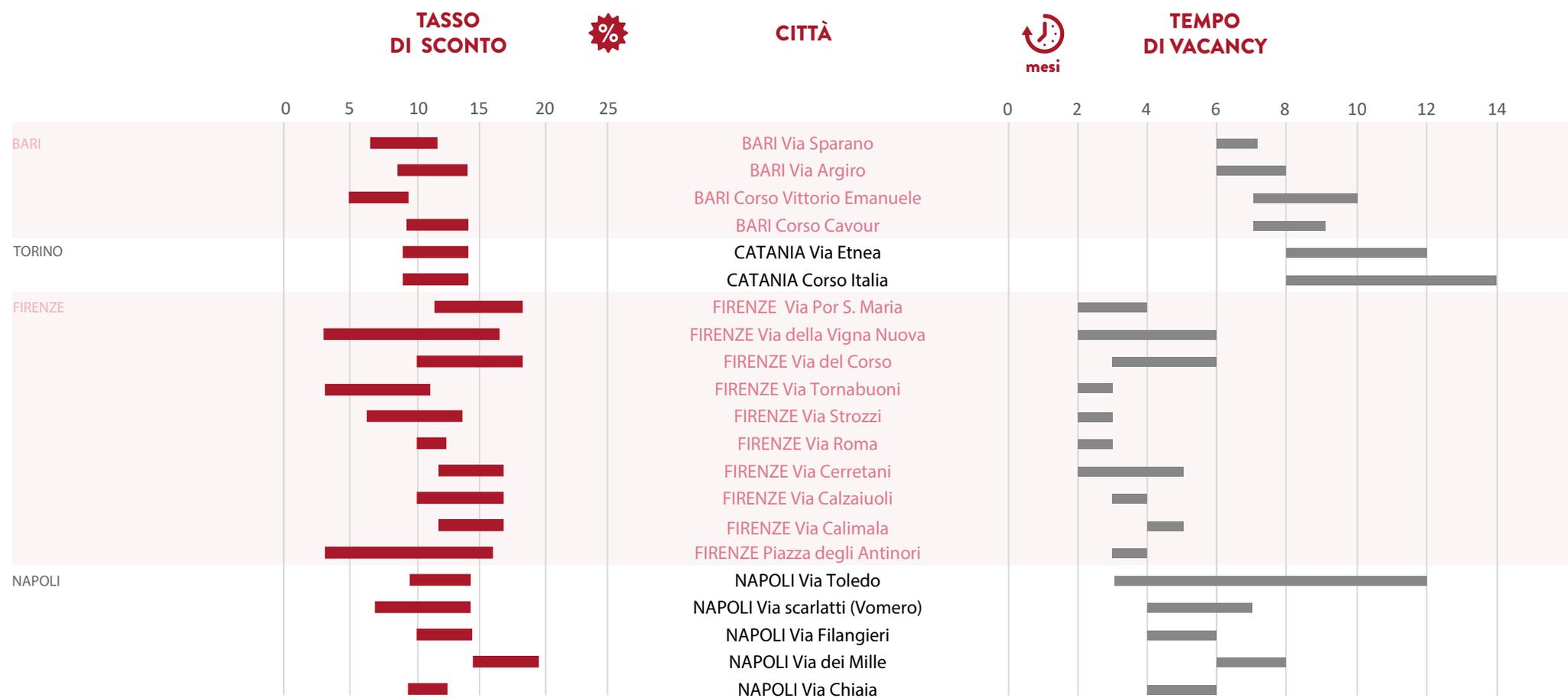


Tempo di vacancy e tasso di sconto per città

Q1-2021 €/mq/anno

Fonte: World Capital

CENTRO, SUD E ISOLE

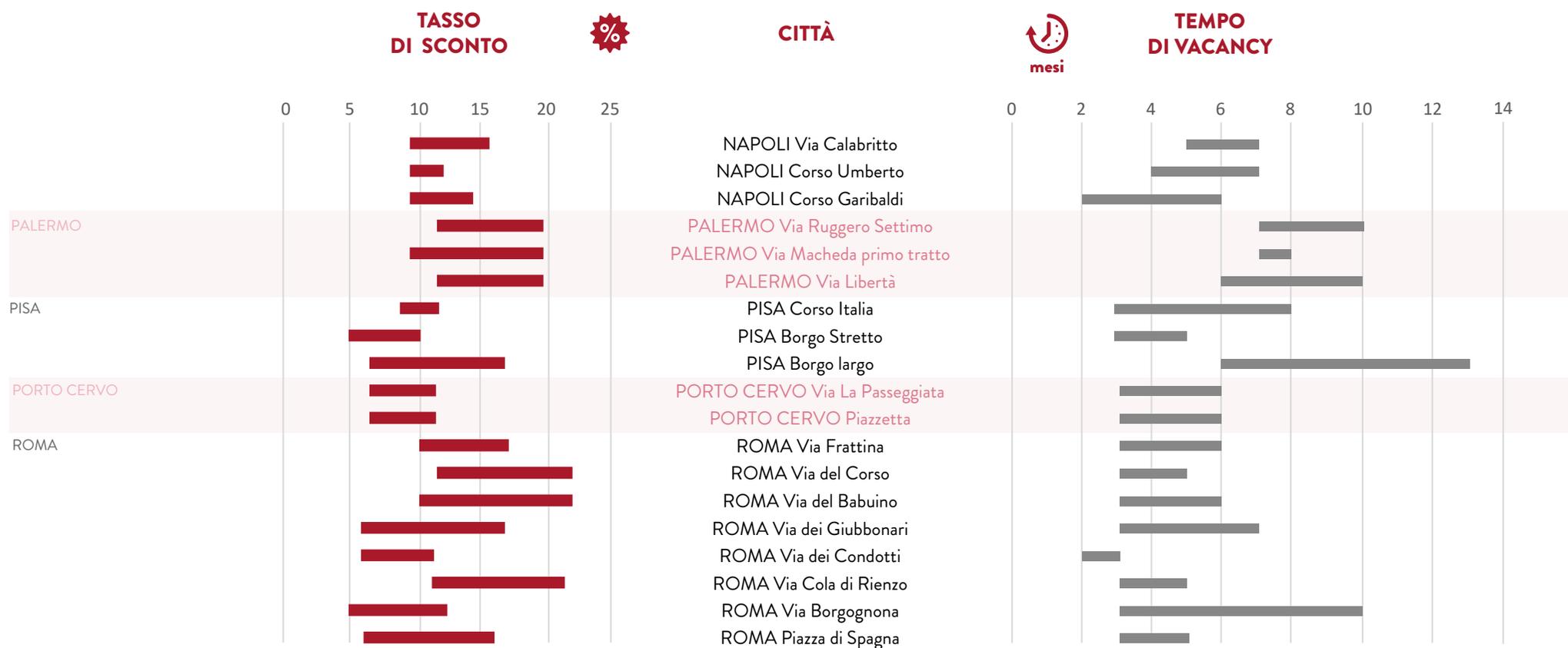


Classifica dei canoni di locazione per città

Q1-2021 €/mq/anno

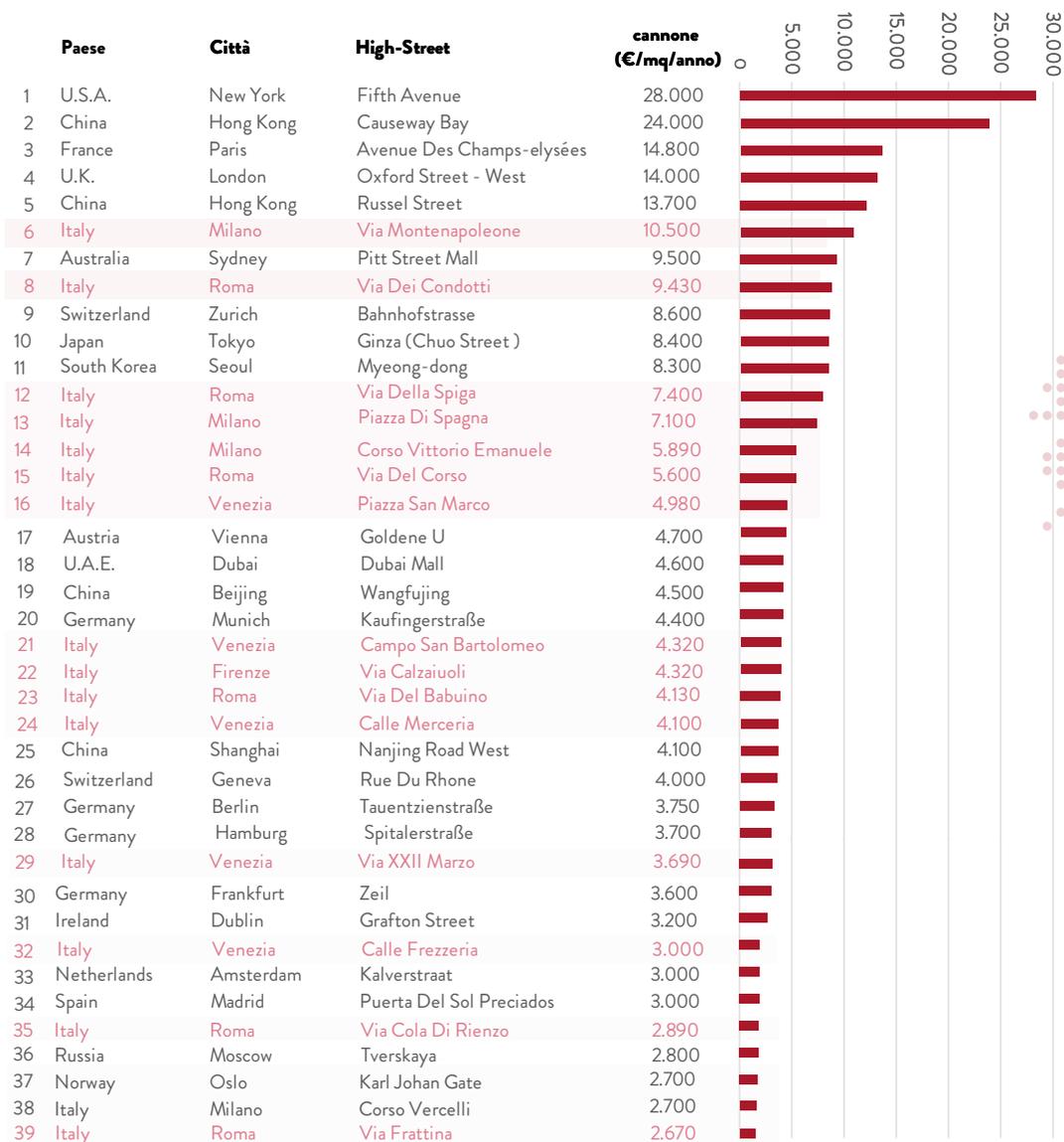
Fonte: World Capital

CENTRO, SUD E ISOLE



Comparison con le High Street mondiali Q1-2021

Fonte: World Capital





	Paese	Città	High-Street	cannone (€/mq/anno)	
40	Italy	Milano	Via Torino	2.670	■
41	Italy	Verona	Via Mazzini	2.650	■
42	Russia	Saint Petersburg	Nevskij Prtospekt	2.550	■
43	Czech Republic	Prague	Na Příkopě	2.500	■
44	Italy	Firenze	Via Tornabuoni	2.500	■
45	Italy	Firenze	Via Por S. Maria	2.500	■
46	Italy	Venezia	Calle Vallaresso	2.470	■
47	Italy	Milano	Via Manzoni	2.450	■
48	Italy	Firenze	Via Roma	2.435	■
49	Italy	Milano	Via Dante	2.410	■
50	Italy	Firenze	Piazza Degli Antinori	2.410	■
51	Italy	Cortina	Corso Italia	2.350	■
52	Italy	Porto Cervo	Piazzetta	2.330	■
53	India	Delhi	Khan Market	2.300	■
54	Italy	Milano	Corso Buenos Aires	2.250	■
55	Italy	Firenze	Via Strozzi	2.230	■
56	Italy	Portofino	Via Calata Marconi	2.160	■
57	Italy	Roma	Via Borgognona	2.105	■
58	Italy	Firenze	Via Dei Cerretani	2.015	■
59	Italy	Bologna	Via D'azeglio	2.000	■
60	Italy	Verona	Via Cappello	1.990	■
61	Italy	Portofino	Piazza Martiri Dell'olivetta	1.990	■
62	Italy	Firenze	Via Calimala	1.870	■
63	Turkey	Istanbul	Baghdad	1.800	■
64	Belgium	Brussels	Rue Neuve	1.800	■
65	Italy	Porto Cervo	Via La Passeggiata	1.780	■
66	Italy	Bologna	Via Indipendenza	1.730	■
67	Italy	Portofino	S. Margherita Via Roma	1.630	■
68	Italy	Verona	Corso Porta Borsari	1.620	■
69	Italy	Bologna	Galleria Cavour	1.620	■
70	Italy	Roma	Via Dei Giubbonari	1.520	■
71	Italy	Palermo	Via Ruggero Settimo	1.490	■
72	Italy	Palermo	Via Della Libertà	1.430	■
73	Italy	Bologna	Via Ugo Bassi	1.420	■
74	Italy	Bari	Via Sparano	1.420	■
75	Italy	Napoli	Via Scarlatti	1.350	■
76	India	Mumbai	Linking Road	1.350	■
77	Italy	Bologna	Via C. Farini	1.330	■
78	Italy	Napoli	Via Calabritto	1.280	■
79	Italy	Napoli	Via Chiaia	1.240	■
80	Italy	Napoli	Via Dei Mille	1.250	■
81	Italy	Palermo	Via Maqueda	1.250	■
82	Italy	Napoli	Via Filangieri	1.140	■
83	Italy	Napoli	Via Toledo	1.050	■

*Per Dubai abbiamo scelto Dubai Mal come sua principale High-Street, considerata la somiglianza dei marchi presenti qui ai marchi presenti nelle altre High-Street mondiali.
I valori sono soggetti a variazione fino a 30% in casi particolari.

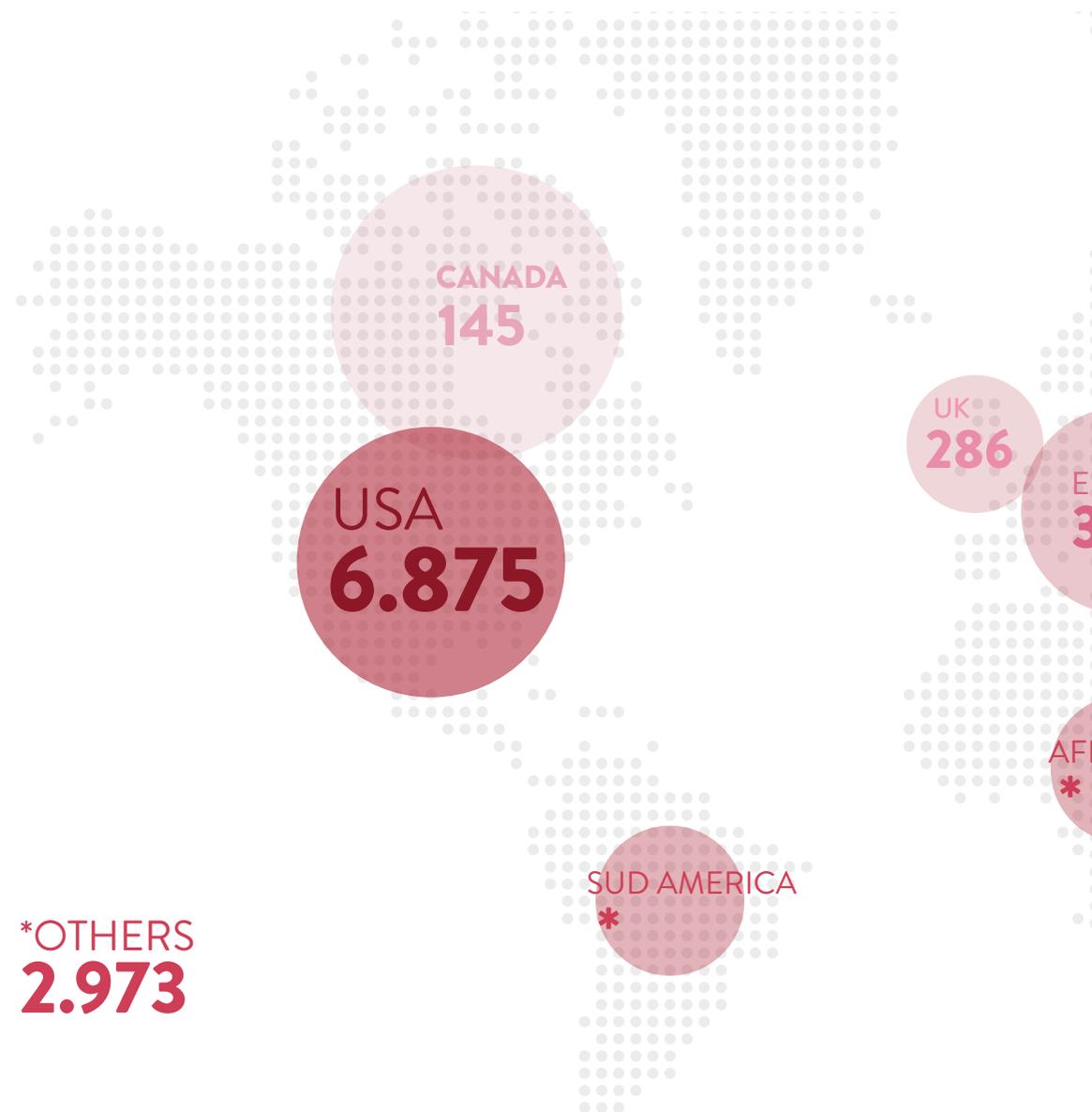
Effetti della pandemia sul comparto moda nel mondo

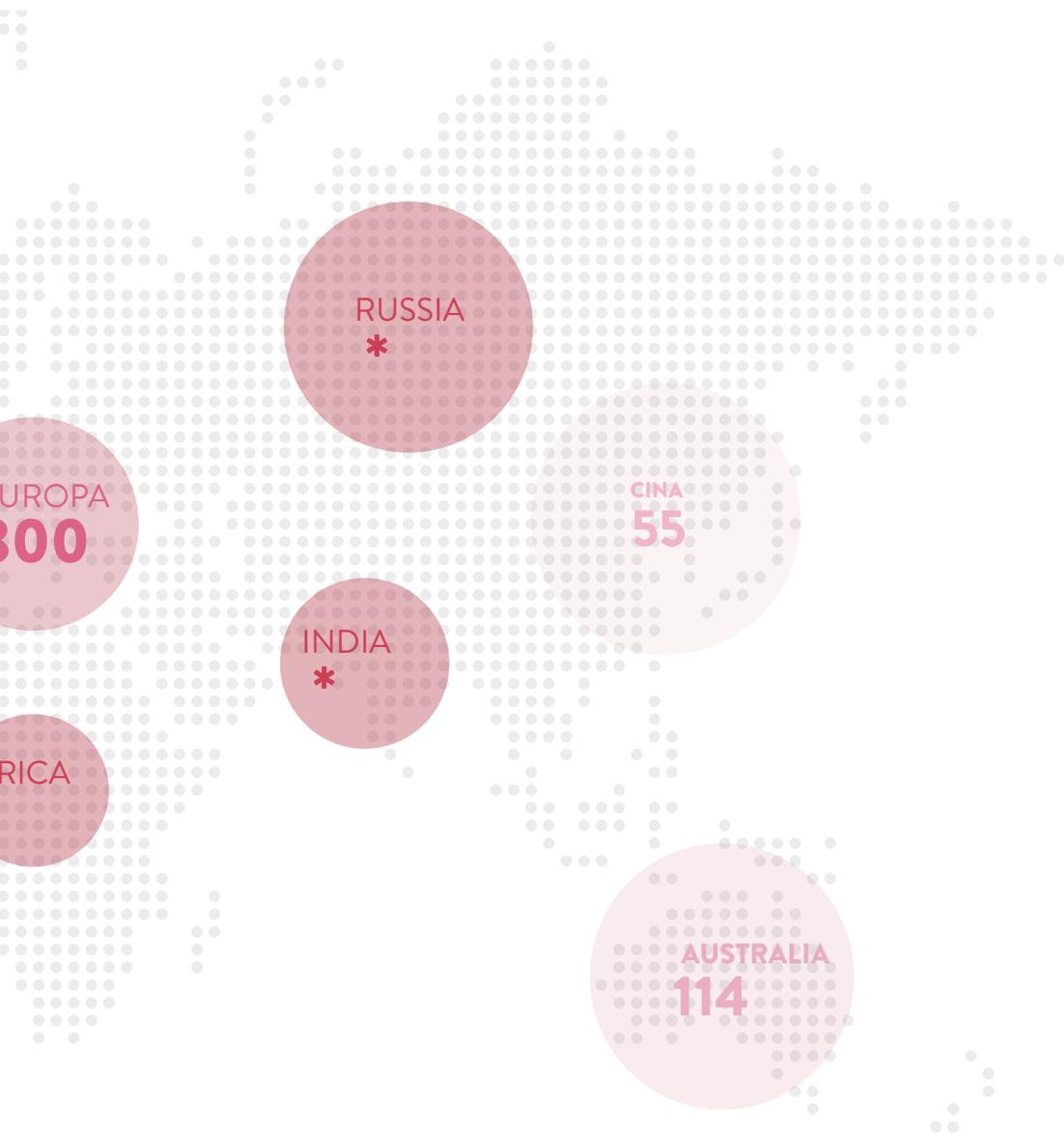
Fonte: World Capital

La pandemia ha recato ingenti danni all'economia mondiale, in particolare nell'asset retail.

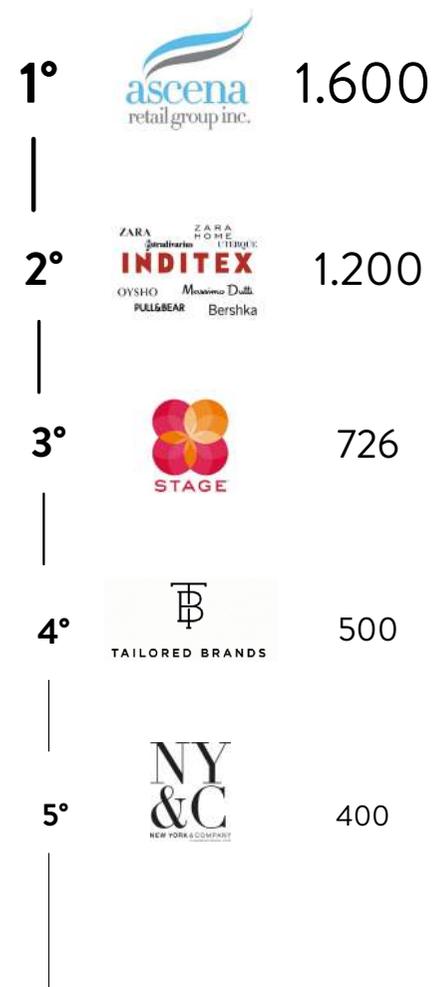
Il passo successivo è stato quello di imbastire un primo censimento e mappatura delle chiusure "worldwide" partendo dalle informazioni riportate in:

- **CNBC** (<https://www.cnbc.com/2020/03/15/these-retailers-are-closing-stores-to-slow-coronavirus-outbreak.html>);
- **Retail dive** (<https://www.retaildive.com/news/tracking-retails-response-to-the-coronavirus/574216/>);
- **Sourcing Journal** (<https://sourcingjournal.com/topics/retail/store-closings-bankruptcy-2020-covid-19-250100/>);
- **CB INSIGHT** (<https://www.cbinsights.com/research/retail-apocalypse-timeline-infographic/>);
- **AARP** (<https://www.aarp.org/money/credit-loans-debt/info-2020/bankrupt-retail-chain-store-list-is-growing.html>);
- **Business.Live.UK** (<https://www.business-live.co.uk/retail-consumer/list-shops-fallen-administration-2020-18177619>).



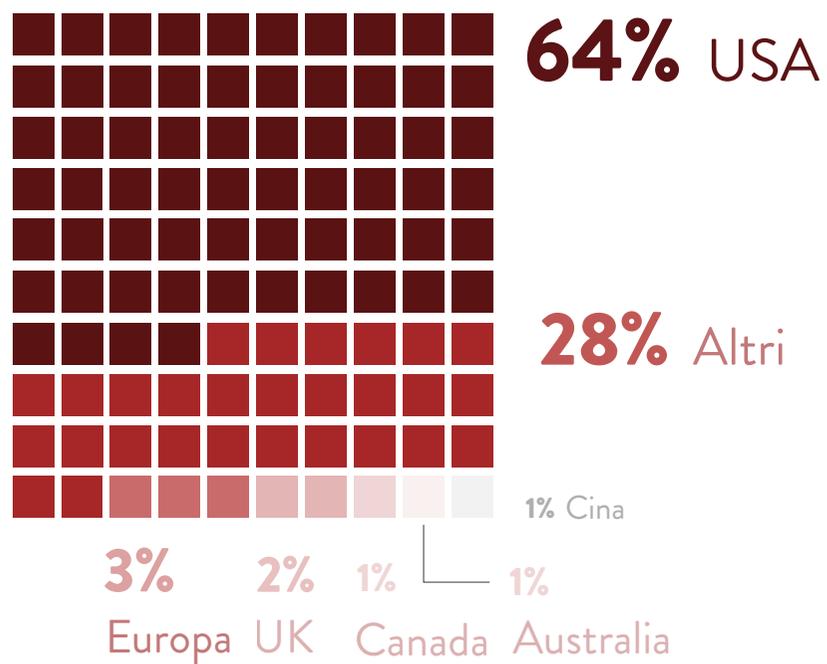


Ranking dei retail shops chiusi nel 2020



Analisi e considerazioni sul censimento delle chiusure nel mondo

Fonte: World Capital



Attualmente tra i website consultati emerge come gli USA siano il paese con piu' negozi chiusi durante la pandemia con il 64% del totale, a seguire con il 28% gli altri paesi non specificati, 3% in Europa, 2% in UK, 1% Canada Australia e Cina.

Partendo dai numeri si presuppone chiaramente come l'America sia il paese piu' attento e all'avanguardia sul censimento delle chiusure rispetto a tutti gli altri, in particolare della Cina, risultato inficiato dalla sua situazione politico-governativa.



L'IMPATTO DEL COVID-19 SUL SETTORE MODA IN ITALIA



Intervista

Renato Borghi

PRESIDENTE - FEDERAZIONE MODA ITALIA



“Per consentire una più rapida ripresa delle imprese danneggiate dalla pandemia sarebbero auspicabili misure meno selettive e maggiormente rispondenti alle perdite subite.”

Quali sono stati gli effetti della pandemia sul retail della moda?

Devastanti. Lo dicono gli stessi numeri riassunti in questo fashion report. L'impatto è drammatico soprattutto perché riguarda un settore che già soffriva di una patologia pregressa, conclamata dalla chiusura di oltre 52 mila punti vendita negli ultimi 8 anni, a fronte di 26 mila nuove aperture. Le restrizioni per il Covid-19, l'assenza di shopping tourism – che ha generato nel 2019 oltre 7,5 miliardi di euro di consumi da parte degli stranieri – e l'elevato utilizzo nel pubblico e nel privato dello smart working, hanno generato una perdita complessiva di 20 miliardi di euro di

consumi nel solo dettaglio moda nel 2020, su quasi 60 miliardi di euro complessivi, che porterà alla chiusura definitiva di 20 mila negozi di moda in Italia su 115 mila punti vendita, con una ricaduta sull'occupazione per oltre 50 mila addetti su 310 mila addetti.

Hanno influito le chiusure dei negozi in zona rossa?

Premesso che la sofferenza nel comparto moda si è inevitabilmente avvertita ad ogni latitudine del nostro Paese, tanto in zona rossa quanto in quelle gialla e arancione, per il calo del potere di acquisto, l'incremento del risparmio privato, ma anche per le forti restrizioni agli spostamenti delle persone addirittura nello stesso comune o tra comuni e regioni confinanti, ma anche per il venir meno delle possibilità d'incontro, feste, cerimonie, ecc..., ad oggi non abbiamo ancora compreso le motivazioni della chiusura delle nostre attività in zona rossa, ma il danno è enorme. La discriminazione nei confronti del comparto moda

è evidente già leggendo l'elenco di cui all'Allegato 23 dell'ultimo DPCM. In zona rossa sono aperte le seguenti attività commerciali: negozi di elettronica di consumo, audio e video e elettrodomestici in esercizi non specializzati; librerie; cartolai; giornalisti; ferramenta; profumerie; fioristi; negozi di animali e cibo per animali; ottica e fotografia; abbigliamento e calzature solo per bambini; biancheria intima; articoli sportivi e biciclette; concessionarie d'auto emoto; detersivi; lampadari e illuminazione; articoli igienico-sanitari. Sono chiusi praticamente solo: abbigliamento, camicie e maglieria, calzature, pelletteria, accessori moda, tessile; orologi, gioielleria e argenteria; mobili. Questi negozi lamentano, giustamente, trattamenti discriminatori per le troppe chiusure ad intermittenza, senza peraltro alcuna motivazione né spiegazione.



Come ci si può programmare, se si va avanti così?

Si accrescono solo le preoccupazioni per le imponenti rimanenze di magazzino di prodotti che, se non venduti nella stagione, sono soggetti a notevole deprezzamento (come, peraltro, previsto dall'art. 15, comma 3, D.Lgs. 114/98).

Si pensi ad esempio che, in Lombardia, i negozi di moda sono stati chiusi per ben 138 giorni su 398, pari al 35% della loro capacità lavorativa. In forte sofferenza sono anche i negozi di moda presenti nei centri commerciali costretti alla chiusura nei weekend da novembre 2020 ad oggi.

Una chiusura va ad impattare notevolmente sulle politiche di pricing dei negozi che devono fare i conti su un prodotto stagionale e sul rischio di invenduto, tutto a carico dei venditori.

Quindi: meno si lavora e più va avanti la stagione e meno tempo si ha per vendere a prezzo pieno.

E quindi?

A fronte degli enormi sacrifici sopportati dalle attività commerciali praticamente del solo settore moda per le restrizioni dirette ed indirette introdotte dal susseguirsi dei diversi Decreti per l'emergenza covid-19, abbiamo chiesto al Ministro Giorgetti nell'incontro

del Tavolo della Moda un cambio di paradigma ed una nuova strategia per salvare imprese ed occupazione nella filiera della moda. Abbiamo segnalato l'esigenza di riaprire anche in zona rossa e di farlo subito perché, oltre al diritto alla salute va salvaguardato anche il diritto al lavoro e le nostre attività hanno ben a cuore sia l'una che l'altro.

La nostra proposta è quella di un'apertura in sicurezza dei negozi in zona rossa, magari secondo fasce orarie o dal lunedì al venerdì o anche su appuntamento, come avviene in buona parte d'Europa (come, ad esempio, in Germania, Olanda e Belgio); ma qualcosa va fatto e subito, prima che sia troppo tardi..



Se le aziende chiudono, non ci sarà più futuro per molte famiglie di imprenditori e lavoratori, ma anche per le nostre città che si desertificheranno, perden-

do sicuramente vitalità e relazioni, ma anche anima e appeal, oltre a sicurezza, decoro e valore immobiliare. Non vogliamo, poi, lasciare il nostro futuro ai colossi del web che si stanno avvantaggiando proprio dalla chiusura dei negozi.

Così come non vogliamo un'estate a colori. Abbiamo apprezzato il segnale di attenzione e la tempestività con cui il Ministro Giorgetti ha dato seguito alla nostra proposta, impegnandosi a portarla in Consiglio dei Ministri. Ora attendiamo la risposta del Governo.

A proposito, siete soddisfatti delle risposte del Governo per sostenere le imprese?

Nonostante il superamento dei codici ateco utilizzati nel decreto ristori con grandi ingiustizie territoriali e nei confronti di alcune attività come il wedding e soprattutto i negozi di camicie emaglieria chiusi per DPCM ma che, avendo lo stesso codice ateco 47.71.30 dei negozi di biancheria personale, considerati invece essenziali e quindi aperti anche in zona rossa, sono stati ingiustamente ed inspiegabilmente esclusi dai precedenti ristori, gli indennizzi previsti dal Decreto Sostegni sono stati troppo selettivi e le risorse stanziare sono veramente insufficienti per far fronte alle scadenze fiscali e contributive, con addetti,

proprietari immobiliari, fornitori, utenze e costi fissi. La soglia minima di perdita del 30% risulta, poi, troppo elevata per un settore, come quello della moda, che –spinto dalle chiusure obbligatorie – ha dovuto contenere le perdite di fatturato attraverso il notevole ricorso a sconti, promozioni e saldi, riducendo così la propria marginalità e di conseguenza la capacità di rimanere sul mercato.

Il Decreto Sostegni, in sostanza, non ha fornito risposte adeguate alle sofferenze “vere” degli imprenditori. Gli indennizzi sono stati sì tempestivi, ma non sicuramente equi. Ne è testimonianza il fatto che, da un campione di imprese intervistate, ci risulta che un terzo delle attività del settore moda in contabilità semplificata (con fatturato inferiore a 700mila euro) non ha raggiunto la soglia minima del calo del 30%, rimanendo pertanto escluse dall’indennizzo; mentre i due terzi delle imprese che hanno avuto accesso ai sostegni, hanno ottenuto mediamente solo 2.200 euro.

Per consentire una più rapida ripresa delle imprese danneggiate dalla pandemia sarebbero auspicabili misure meno selettive e maggiormente rispondenti alle perdite subite.

Cosa chiedete, dunque, per affrontare il presente e pensare al rilancio del settore?

Oltre alla richiesta di apertura delle attività in sicurezza anche in zona rossa, le priorità che ci evidenziano i nostri operatori sono:

- 1.** indennizzi congrui alle perdite per le chiusure subite dai negozi di moda;
- 2.** estensione del “credito d’imposta per i canoni di locazione degli immobili a uso non abitativo e affitto d’azienda” per l’emergenza 2021 (ex art. 28 del DL 34/2020 “Rilancio”);
- 3.** estensione a tutta la filiera del settore moda (non solo l’industria) del credito d’imposta per contenere gli effetti negativi sulle rimanenze finali di magazzino nel settore tessile, della moda, della calzatura e degli accessori (ex art. 48 bis del DL 34/2020 “Rilancio”);
- 4.** proroga della sospensione dei versamenti tributarie dei contributi previdenziali e assistenziali;
- 5.** proroga della sospensione dei termini di scadenza relativi a tutti i titoli di credito ex art. 11 DL 23/2020 con cancellazione d’ufficio di protesti o contestazioni

sopravvenute;

6. immissione di nuova liquidità garantita e senza merito creditizio con scadenza decennale;

7. a sostegno e stimolazione della domanda interna di prodotti di moda si propone l'introduzione di un'aliquota agevolata temporanea del 10% e di detrazioni fiscali dedicate al consumo sulla scia di quanto messo in campo nei settori edilizia ed automobili (ecobonus) e mobile/arredo (bonusmobili);

8. previsione di sgravi sul costo del lavoro, sulla scorta della "Decontribuzione sud" lungo tutta la filiera della moda, dalla produzione alla distribuzione commerciale, finalizzata a salvaguardare l'occupazione nel settore maggiormente svantaggiato del Paese che ha subito più di altri le gravi restrizioni delle misure di contenimento del contagio da covid-19 imposte dai diversi decreti.



Il settore nel periodo pre-covid

Il dettaglio moda, importante pilastro dell'economia nazionale, contava in Italia **114.813 punti vendita** attivi che occupavano 309.849 addetti (dati al 31/12/2019).

Un settore che soffriva già di una patologia pregressa, conclamata dalla chiusura di oltre **52 mila punti vendita** negli ultimi 8 anni, a fronte di 26 mila nuove aperture. Un saldo **nati-mortalità negativo di 26.000 unità**, che risulta dal rapporto di un'apertura ogni due chiusure, con l'evidente perdita per il tessuto urbano italiano di 9 negozi ogni giorno per 8 anni consecutivi.



Impatto del COVID-19 sul dettaglio moda in Italia

Con le restrizioni per il Covid-19 in Italia, l'assenza di shopping tourism che aveva generato nel 2019 oltre **7,5 miliardi di euro** di consumi da parte degli stranieri e l'elevato utilizzo nel pubblico e nel privato dello smart working, Federazione Moda Italia-Confcommercio ha previsto:

- una perdita complessiva di **20 miliardi di euro** di consumi nel solo dettaglio moda nel **2020**, su quasi 60 miliardi di euro complessivi;
- la chiusura definitiva di **20 mila negozi di moda** in Italia su 115 mila punti vendita;
- una ricaduta sull'occupazione per oltre **50 mila addetti** su 310 mila addetti.

Variazioni tendenziali dell'ICC in quantità

Fonte: ICC – Indicatore Consumi Confcommercio

	2020	1Q 2020	2Q 2020	3Q 2020	4Q 2020
Abbigliamento e calzature	-24,0%	-16,7%	-45,7%	-14,8%	-22,0%
Totale Beni	-8,3%	-8,9%	-18,7%	-2,6%	-3,5%
Totale Beni e Servizi	-15,0%	-11,1%	-29,3%	-7,5%	-12,3%

Il mercato interno nel settore moda, dopo un **2019** leggermente positivo rispetto all'anno precedente **(+1,1%)** – come dimostrato dal dato sulle variazioni tendenziali dell'Indicatore dei Consumi di Confcommercio in quantità – ha subito un drastico **calo del 24% nel 2020**, con una forte criticità dei consumi evidenziata nel I trimestre del 2020 **(-16,7%**, quasi doppio rispetto alla media del totale dei beni) che è divenuto devastante nel secondo trimestre **(-45,2%**, oltre il doppio rispetto alla media del totale dei beni), senza presentare cenni di ripresa nel III trimestre **(-14,8%**, dieci volte maggiore rispetto alla media del totale dei beni) e nel IV trimestre **(-22,0%** a fronte di un andamento decisamente meno negativo, pari al **-3,5%**, degli altri beni). Dalle rilevazioni effettuate da Federazione Moda Italia sulle aziende associate è emerso un calo in valore più importante a seguito del notevole ricorso a politiche di pricing particolari, nei momenti di apertura, con sconti, promozioni e saldi con percentuali che risultano sempre più insostenibili per il futuro delle aziende.

Anche lo **shopping tourism**, che portava **7,5 miliardi di euro di consumi** nel solo settore moda, rappresentando la terza voce di spesa dopo alloggio e ristorazione, è venuto quasi completamente a mancare con le chiusure di diritto e di fatto delle frontiere, praticamente limitando a meno di un miliardo di euro le vendite a stranieri in tutto il 2020, fondamentalmente grazie ai primi due mesi del 2020.

Saldo iscritte-cessate (non d'ufficio) nei settori moda del commercio al dettaglio ITALIA

Fonte: Elaborazione Federazione Moda Italia su dati Registro Imprese

IMPRESE DEL DETTAGLIO MODA ATTIVE IN ITALIA	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	SALDO NATI MORTALITA' IN 8 ANNI
Prodotti tessili (Commercio al dettaglio per tessuti per l'abbigliamento, l'arredamento e di biancheria per la casa; Commercio al dettaglio di filati per maglieria e merceria): Commercio al dettaglio di prodotti tessili in esercizi specializzati	12.866	13.521	14.137	14.731	15.351	15.768	16.146	16.814	17.722	-4.856
Prodotti tessili per la casa (Commercio al dettaglio di tende e tendine; tappeti, scendiletto e arazzi): Commercio al dettaglio di tappeti, scendiletto e rivestimenti per pavimenti e pareti (moquette, linoleum) in esercizi specializzati	1.273	1.314	1.323	1.356	1.364	1.360	1.367	1.396	1.392	-199
Articoli sportivi Commercio al dettaglio di articoli sportivi in esercizi specializzati	10.071	10.439	10.695	10.926	11.142	11.258	11.383	11.583	11.812	-1.741
Abbigliamento Commercio al dettaglio di articoli sdi abbigliamento in esercizi specializzati	75.224	77.330	78.967	80.174	81.382	82.783	85.046	87.984	90.791	-15.567
Calzature e pelletteria Commercio al dettaglio di calzature e articoli in pelle in esercizi specializzati	15.379	15.999	16.525	16.985	17.423	17.996	18.601	19.224	19.495	-4.116
Totale	114.813	118.603	121.647	124.172	126.662	129.165	132.543	137.001	141.212	-26.399

Qui di seguito si mostra il numero assoluto degli addetti nei settori moda al dettaglio in Italia e il suo totale:

Addetti alle imprese nei settori moda del commercio al dettaglio in ITALIA

Fonte: Elaborazione Federazione Moda Italia su dati Registro Imprese

Commercio al dettaglio di prodotti tessili in esercizi specializzati	Commercio al dettaglio di tappeti, scendiletto e rivestimenti per pavimenti e pareti (moquette, linoleum) in esercizi specializzati	Commercio al dettaglio di articoli sportivi in esercizi specializzati	Commercio al dettaglio di articoli di abbigliamento in esercizi specializzati	Commercio al dettaglio di calzature e articoli in pelle in esercizi specializzati	TOTALE
19.316	1.848	30.629	212.662	45.394	309.849

Prendendo i valori tendenziali dell'ICC dal 2017 la perdita del comparto della moda è ancora più evidente. Rispetto all'anno 2017 nei primi due mesi del 2021 si raggiungono ancora i seguenti picchi negativi:

GENNAIO 2021: -37,4% (Abbigliamento e calzature); -9,7% (Totale Beni) e -17,5% (Totale beni e servizi)

FEBBRAIO 2021: -25,5% (Abbigliamento e calzature); -5,8% (Totale Beni) e -12,2% (Totale beni e servizi)

Variazioni tendenziali dell'ICC in quantità

Fonte: ICC – Indicatore Consumi Confcommercio

	2017	2018	2019	2020	gennaio 2021	febbraio 2021
Abbigliamento e calzature	+0,4%	-1,4%	+1,1%	-24,0%	-37,4%	-25,5%
Totale Beni	+0,6%	-0,1%	+0,7%	-8,3%	-9,7%	-5,8%
Totale Beni e Servizi	+1,4%	+0,4%	+0,7%	-15%	-17,5%	-12,2%

Azioni che hanno impattato negativamente sul comparto moda

I negozi di moda, per la peculiare situazione organizzativa e modello di business, 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 (la stagione).

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 le seguenti:

Smart working

Lo smart working ha portato a meno occasioni di consumo e di conseguenza una diminuzione drastica degli acquisti di abiti.



Misure restrittive

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 e Stati.

Blocco del Turismo

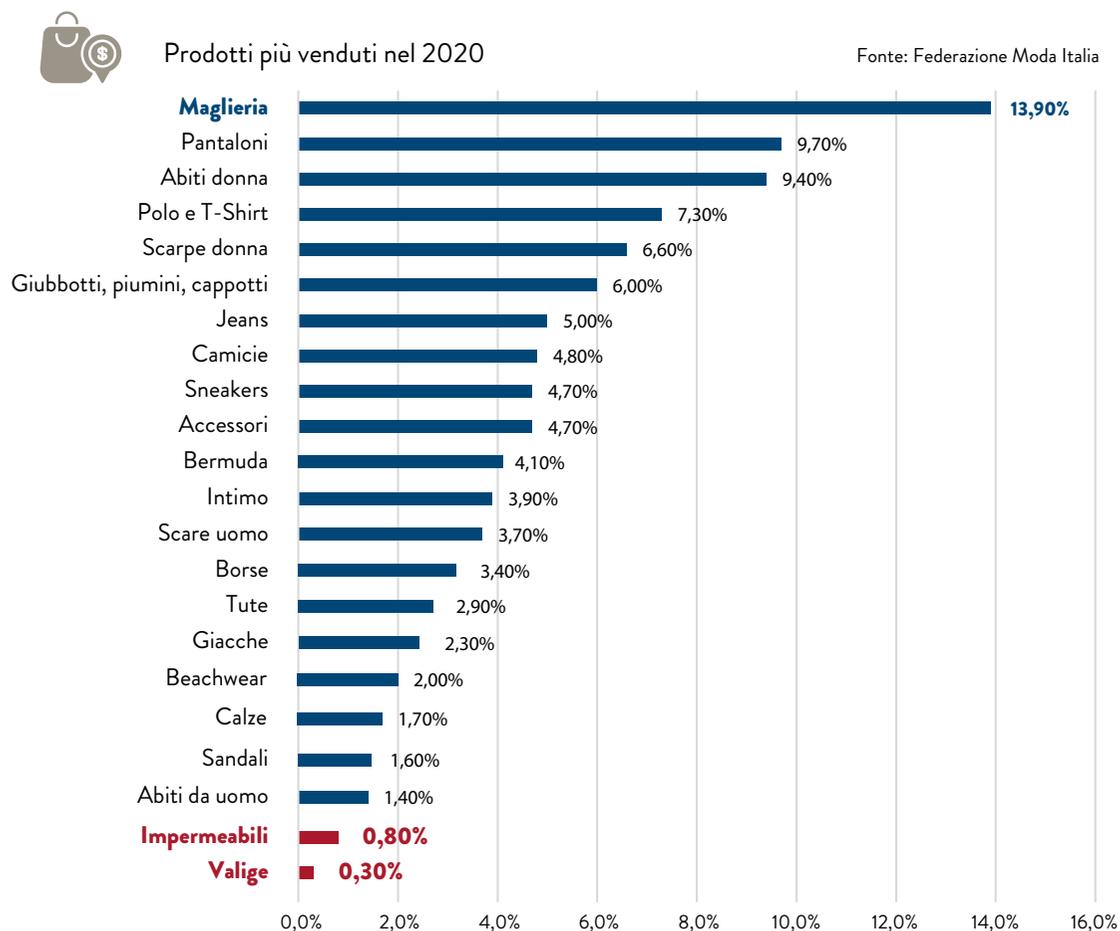
Lo shopping tourism ha impattato notevolmente sui flussi e di conseguenza sull'interesse agli acquisti dei prodotti di moda soprattutto nelle grandi città e nelle zone turistiche.

Aandamento delle vendite in valore anno 2020 rispetto allo stesso periodo 2019 (-43,4%)

Federazione Moda Italia ha condotto un'indagine su un campione di **oltre 260 aziende operanti nel settore**, che ha evidenziato le problematiche e le criticità emerse a seguito della pandemia di Covid-19 che ha colpito l'Italia lo scorso anno.

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;
- il **16,4%** ha registrato una **stabilità** nelle vendite;
- poco meno del **4,7%** segnala un **incremento nelle proprie vendite** nell'anno appena trascorso.



Tipologie di pagamento scelte dai consumatori

I **pagamenti preferiti** sono quelli con pagobancomat (82,5%); seguono quelli con carta di credito (58,2%). L'utilizzo dei contanti (7,6%), scelta utilizzata soprattutto per le spese di importo basso, è residuale. Ancora basse le transazioni con altri strumenti di pagamento innovativi (3,4%).

La maggior parte delle transazioni è avvenuto cashless secondo le seguenti modalità:



Gennaio 2020/21 vs Febbraio 2020/2021

Premessa l'assoluta incomparabilità tra l'andamento delle vendite nei primi mesi del 2021 con quelli del 2020, per la complessità e l'eterogeneità delle variabili generate dall'emergenza da COVID-19, Federazione Moda Italia-Confcommercio rileva che l'inizio dei saldi nel 2020 era avvenuto in condizioni di normalità economica a differenza della drammaticità della situazione economica di questo avvio del 2021 dovuta certamente a:

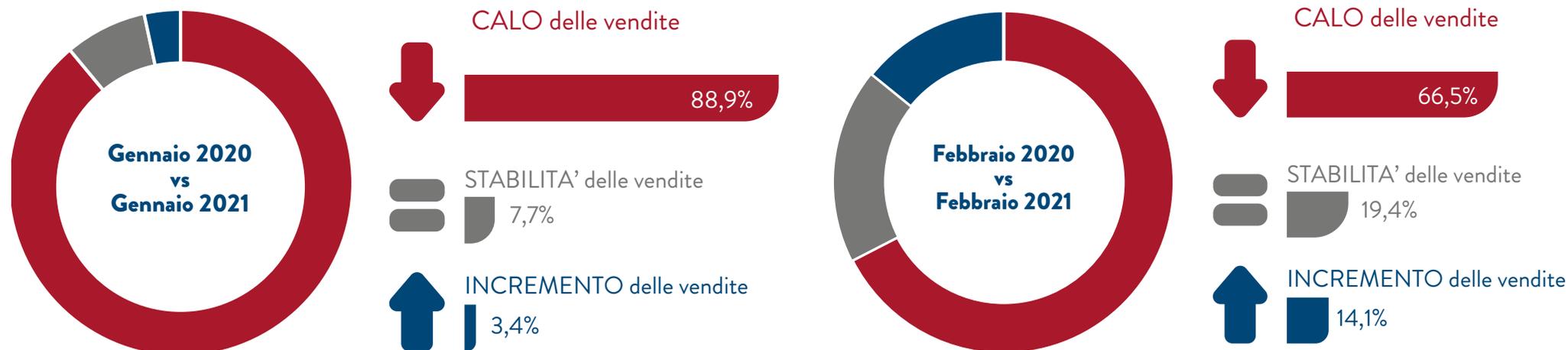
- un **minor reddito disponibile** dei consumatori;
- un eccessivo utilizzo dello smart working nel pubblico e nel privato;
- una totale assenza dello **shopping tourism**;
- il venir **meno delle occasioni d'incontro di lavoro e nel privato** (pranzi, cene, eventi, feste, cerimonie, cinema, teatri, musei, piscine, palestre, ecc...);
- le **restrizioni agli spostamenti** tra regioni ed addirittura tra Comuni;
- la **chiusura obbligatoria per 5 giorni d'inizio anno** (dall' 1 al 6 gennaio 2021) di tutte le attività della moda (con eccezione, in via veramente residuale, di poche attività relative alla vendita di prodotti di prima necessità quali: negozi di intimo; abbigliamento bimbo e calzature bimbo; articoli per la pratica dello sport) e degli esercizi commerciali presenti all'interno dei centri commerciali, gallerie commerciali, parchi commerciali, aggregazioni di esercizi commerciali ed altre strutture assimilabili anche nei giorni prefestivi e festivi;
- **l'inserimento di alcuni territori in fascia rossa**, con negozi di moda chiusi proprio nel bel mezzo dei saldi.

L'indagine condotta da Federazione Moda Italia ha fatto poi riferimento specifico al confronto tra **gennaio 2020 -2021** e **febbraio 2020 -2021**, per comprendere la criticità dello scenario del settore moda in Italia. Ciò che emerge comparando le variazioni è che a febbraio si inizia ad avvertire un calo minore delle perdite seppur in una situazione critica che poi si è aggravata a marzo e aprile con le nuove misure restrittive nelle zone rosse.

Di seguito i principali risultati:

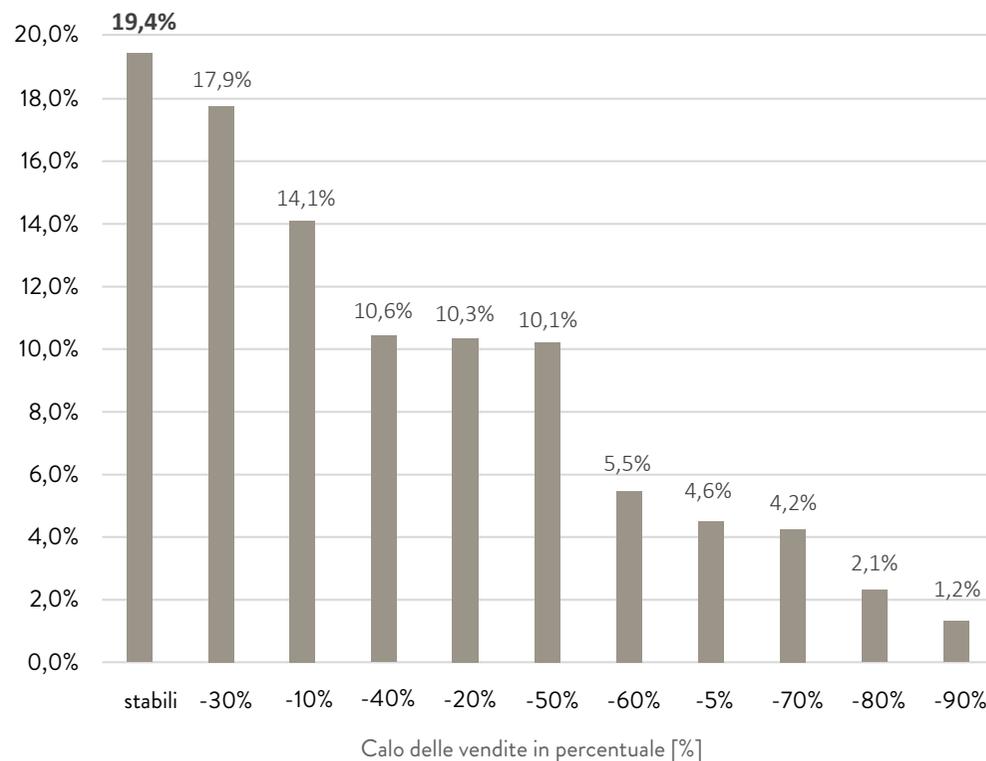
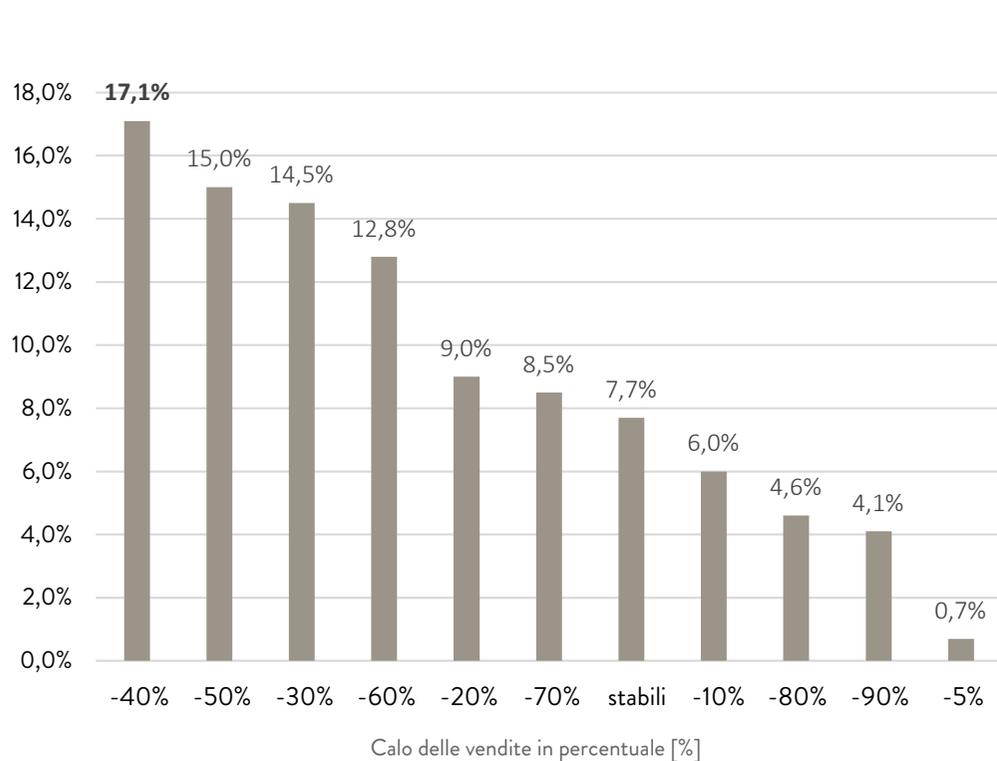
- l'andamento delle vendite nei negozi di moda (tessile, abbigliamento, calzature, pelletterie, accessori, articoli sportivi) mentre a gennaio 2021 ha registrato un calo medio del 41,1%, a **febbraio 2021 è arrivato al 23,3%**, evidenziando un minor decremento delle vendite;
- a gennaio quasi il 90% dei negozi (88,9%) ha dichiarato di aver subito un calo delle vendite rispetto allo stesso periodo del 2020, a **febbraio invece la percentuale scende al 66,5%**;
- la stabilità nelle vendite a gennaio è stata del 7,7% mentre a **febbraio è salita al 19,4%**;
- l'incremento a gennaio è poco più del 3% (3,4%), a **febbraio si arriva al 14,1%**.

1 ANDAMENTO DELLE VENDITE



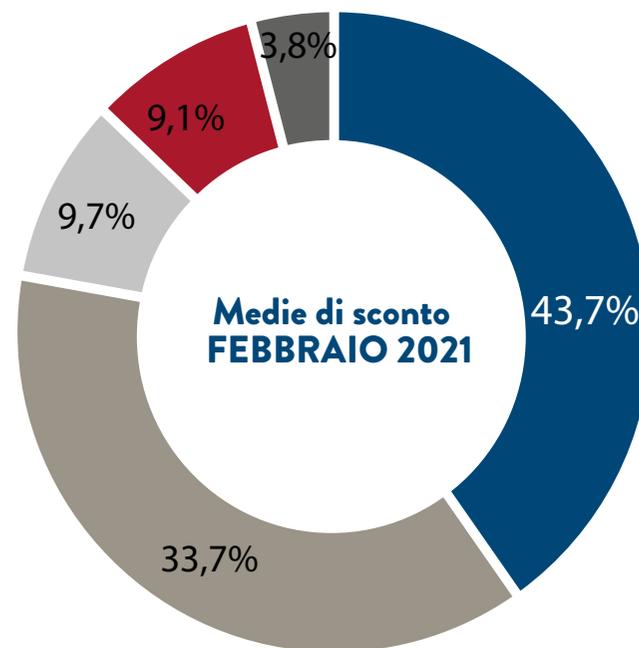
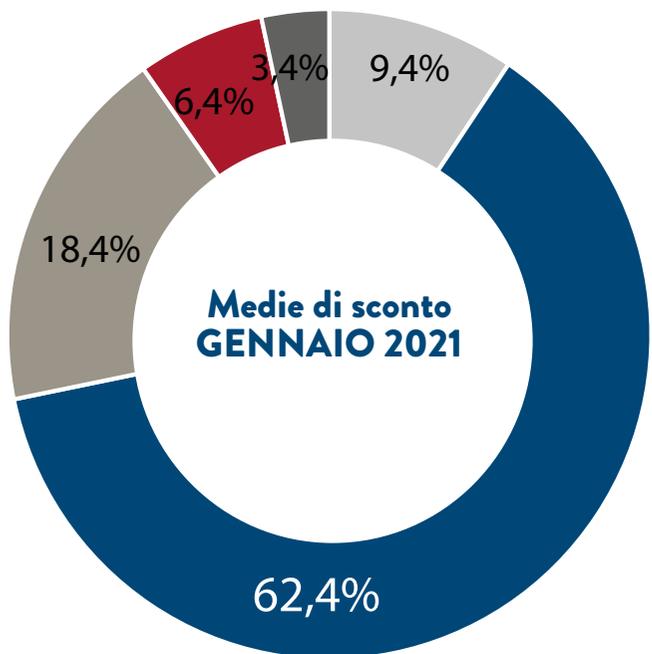
2 CALI DELLE VENDITE

Quasi un'impresa su due (45%) ha dichiarato **un calo tra il 50 e il 90% delle vendite** nel primo mese di gennaio 2021 rispetto allo stesso periodo del 2020, a febbraio invece la variazione percentuale scende a quasi **un'impresa su quattro (25,2%)**. La variazione dei cali delle vendite a febbraio rispetto al mese di gennaio risulta essere minore confermando ancora una volta il lieve trend positivo del primo. A sinistra si mostra l'istogramma della variazione di gennaio, a destra quella di febbraio.



3 MEDIE DI SCONTO

A gennaio l'80,8% delle imprese ha dichiarato di aver proposto sconti tra il 30 e il 50% (la maggior parte, pari al **42% delle aziende** ha scelto una percentuale di sconto del 30%) a **febbraio la percentuale è scesa al 77,5%**. Gli sconti medi del 50%, mentre a gennaio gli hanno praticati solo due imprese su dieci a febbraio il numero è salito a oltre tre imprese su dieci.

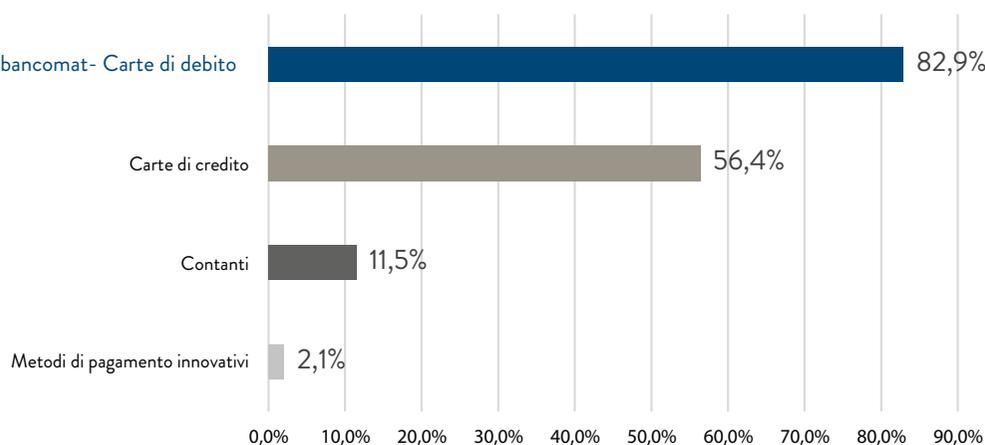


4 TIPOLOGIE DI PAGAMENTO

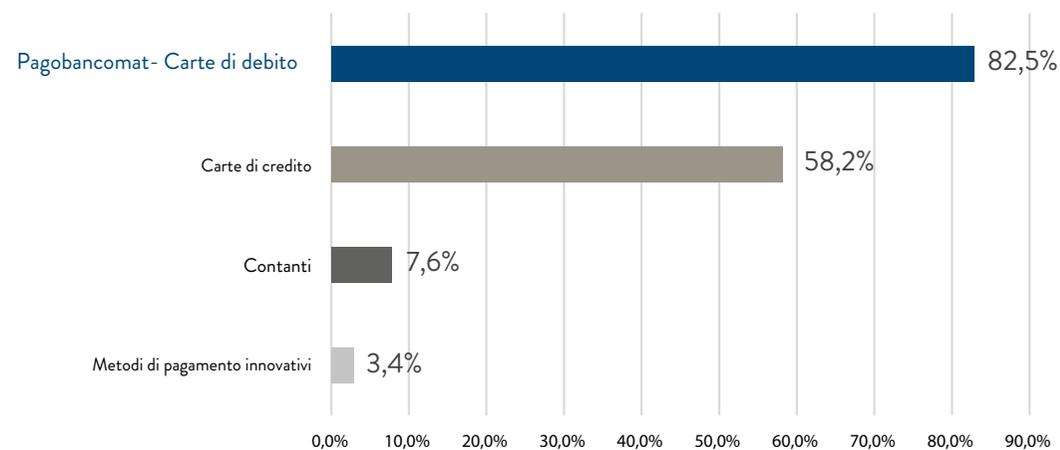
I pagamenti preferiti a **gennaio** sono quelli con **pagobancomat (82,9% delle preferenze)**; seguono quelli con **carta di credito (56,4%)**, mentre è residuale l'utilizzo dei **contanti (11,5%, scelta utilizzata soprattutto per le spese di importo basso)**. Ancora basse le transazioni con altri strumenti di **pagamento innovativi (2,1%)**.

A **febbraio** i pagamenti preferiti rimangono sempre quelli con **pagobancomat (82,5%, -0,4% di gennaio)**, seguono quelli con **carta di credito (58,2%, +1,8% di gennaio)** ed è sempre residuale l'utilizzo dei **contanti (7,6%, -3,9% rispetto a gennaio)**. Le transazioni con gli strumenti di **pagamento innovativi salgono al 3,4%**.

gennaio 2021



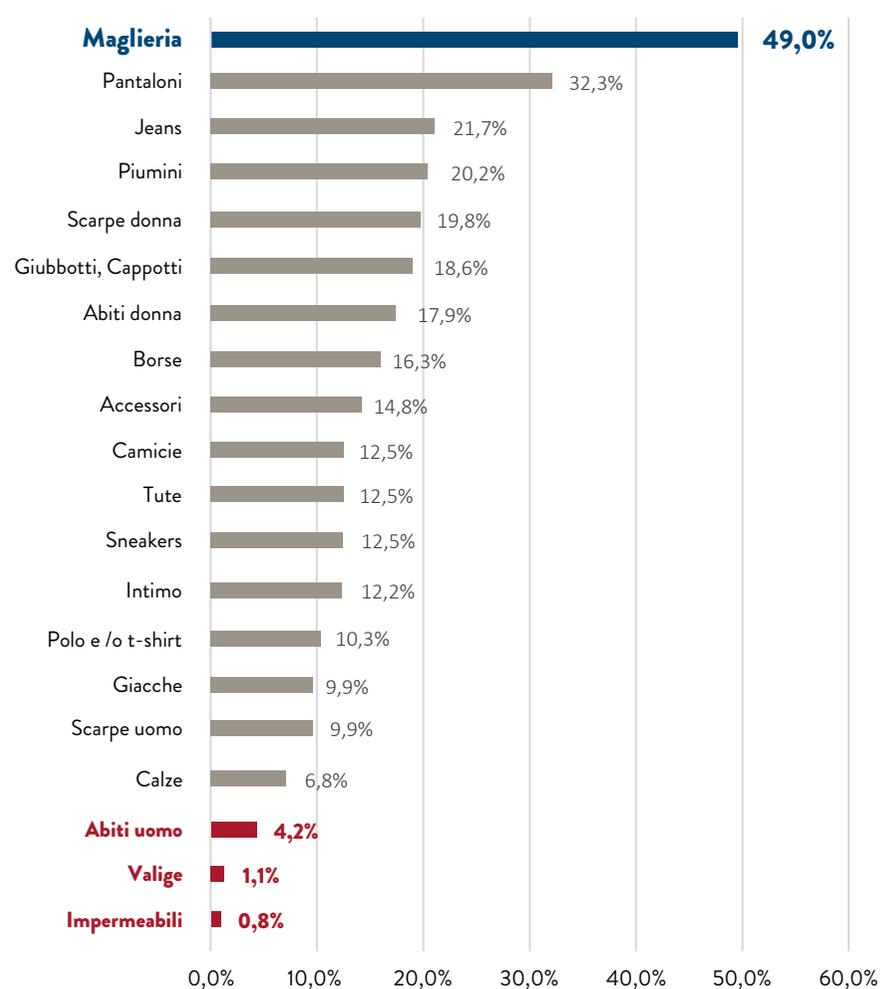
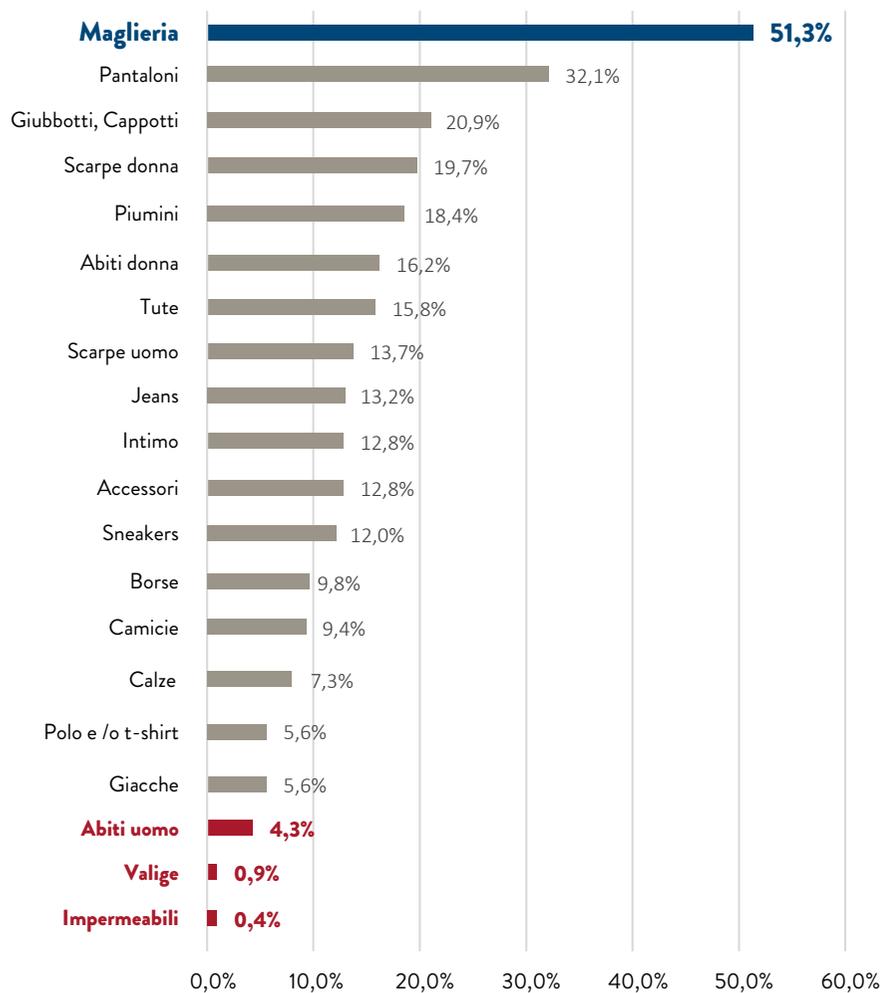
febbraio 2021



5 PRODOTTI PIU' VENDUTI

I prodotti più venduti e quindi maggiormente rispondenti alle scelte di acquisto dei consumatori nel mese di gennaio rispetto a febbraio risultano pressoché simili. **A salire** per entrambi i mesi sono i seguenti prodotti: **MAGLIERIA, PIUMINI -GIUBBOTTI-CAPPOTTI e PANTALONI.**

In sofferenza rimangono sempre: **ABITI DA UOMO e VALIGE.**





STUDI DI MERCATO

LOGISTICO

RETAIL

OFFICE

HOTEL

DIPARTIMENTO DI RICERCA

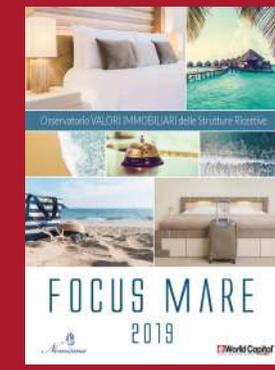
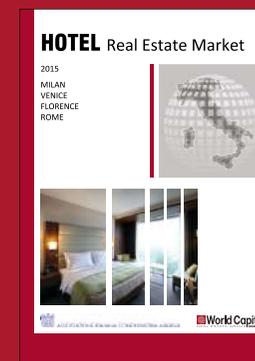
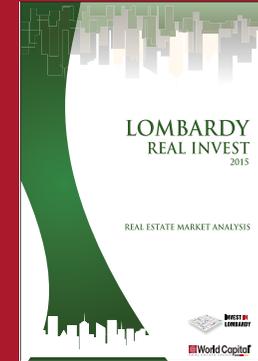
WORLD CAPITAL HA UN PROPRIO UFFICIO DI RICERCA INTERNO CHE QUOTIDIANAMENTE ANALIZZA IL MERCATO IMMOBILIARE.

L'ATTIVITÀ DELL'UFFICIO DI RICERCA DI WORLD CAPITAL È OGGI MOLTO APPREZZATA DALLE PIÙ IMPORTANTI TESTATE GIORNALISTICHE CHE PUBBLICANO PERIODICAMENTE I REPORT ELABORATI.

INOLTRE, CAMERE DI COMMERCIO E ISTITUZIONI PUBBLICHE AFFIDANO A WORLD CAPITAL SPECIFICHE RICERCHE DI MERCATO IN TUTTI I COMPARTI IMMOBILIARI.

L'ATTIVITÀ DI RICERCA DI WORLD CAPITAL VA OLTRE L'ELABORAZIONE DI INDAGINI E STATISTICHE E SOSTIENE, CON STAGE E CONTRIBUTI DIRETTI, LA RICERCA UNIVERSITARIA.

TRA I PRIMI AD ADOTTARE IL SISTEMA DI CERTIFICAZIONE BRAVE DEL POLITECNICO DI MILANO, WORLD CAPITAL SI ADOPERA CLASSIFICANDO GLI IMMOBILI IN BASE A SPECIFICI RATING.





Corso Venezia 53 (MI)
20121 Milano
Tel. +39 02 76015212
Fax. +39 02 76003779
info@federazionemodaitalia.it
www.federazionemodaitalia.it



Viale F. Restelli, 3/7 (MI)
20124 Milano
Tel. +39 02 95305886
Fax. +39 02 95305209

WORLD CAPITAL IN THE WORLD

MILAN – SHANGHAI – BEIJING – CHONGQING – MOSCOW – MUMBAI – NEW YORK – SAO PAULO – PRAGUE – LONDON – BUENOS AIRES

