

La Cna: "Sostenere il sistema moda di artigianato e pmi"

"Se non verranno prese misure ad hoc il settore è destinato a collassare"



06 Novembre 2020 La CNA di Ravenna chiede alle Istituzioni nazionali e locali più attenzione per il mondo dell'Artigianato e delle Piccole Imprese della moda.

“Le misure fin qui introdotte per supportare i diversi settori produttivi, in considerazione della situazione economica determinata dall'emergenza sanitaria – dichiara Antonella Solaroli, Presidente di CNA Federmoda Ravenna – non hanno dedicato la dovuta attenzione a questo comparto che ha tanta rilevanza in termini di saldo positivo per la bilancia commerciale del Paese e che rappresenta un biglietto da visita dell'Italia nel mondo. Tutto ciò danneggia l'intera filiera produttiva, con ricadute più gravi, però, per le piccole imprese del settore.

Se, come si dice, il Made in Italy è l'elemento sul quale fondare la ripresa allora è necessario in questo momento di difficoltà valorizzare la filiera come vero valore aggiunto del Made in Italy stesso. Occorre sostenere le imprese con un supporto significativo e un forte sostegno economico, creando le condizioni perché possano tornare ad investire e ad essere protagoniste sui mercati internazionali.

C'è l'esigenza di supportare maggiormente il settore con misure specifiche per consentire alle imprese di fare investimenti, anche strutturali, per proiettarsi verso il futuro che sempre più richiede tecnologia d'avanguardia anche solamente per poter diffondere virtualmente le proprie creazioni di campionario e stare al passo col resto del mondo.

È importante introdurre un'agevolazione fiscale sull'acquisto di prodotti Made in Italy nel nostro Paese, oltre che promuovere quest'ultimo nel mondo, impiegando in questa direzione tutte le risorse a disposizione per l'internazionalizzazione”.

La situazione complessiva a livello mondiale ha ridotto mediamente gli acquisti del 50%, e la seconda ondata della pandemia ha determinato un ulteriore danno per la stagione invernale 2020/2021 che si ripercuoterà sulla prossima campagna vendita per l'autunno-inverno 2021/2022. Pertanto se non verranno prese misure ad hoc il settore è destinato a collassare con una forte ripercussione negativa sul nostro Paese fin dal 2021. □

