CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA
COMPRENSORIO CESENATE

CONFCOMMERCIO
IMPRESE PER L'ITALIA
COMPRENSORIO CESENATE

CONFCOMMERCIO CESENATE
Inserto di Confcommercio Imprese per l'Italia del Comprensorio cesenate

LA RIGENERAZIONE DI CESENA

IL COMMENTO

Il nostro progetto per dare più vita e bellezza al centro storico

di AUGUSTO PATRIGNANI

Il nostro presente è (dovrebbe essere) vaccinare speditamente, far lavorare in sicurezza tutti, posticipare e abolire il coprifuoco, che è incompatibile con la bella stagione, una minima prudente e distanziata vita sociale serale e, soprattutto, è incompatibile con il turismo. Ma il presente è anche progettare, innovare, rilanciare, rigenerare. Quante volte passeggiando nelle nostre incantevoli prime colline, ai Gessi, al Monte, ai Cappuccini, negli spettacolari camminamenti nella sommità della Rocca, nel colle di Villa Bianchi da cui è stata scattata questa splendida fotografia di Luca Ravaglia, abbiamo ammirato la panoramica bellezza di Cesena, la nostra amata città circondata dalle dolci pendici, sentendoci fortunati di poter vivere e lavorare in "quella cu' il Savio bagno il fianco', come la immortalò Dante di cui celebriamo il 700° della morte? Bella non solo dall'alto, ma anche da dentro, nella multiforme piacevolezza dei quartieri e del suo gioiello del centro storico.

Il Cat (Centro assistenza tecnica) Confcommercio proprio sul centro storico ha avviato un nuovo progetto di rigenerazione urbana condiviso con l'amministrazione comunale (si è tenuto nei giorni scorsi un incontro con gli assessori Lucchi, Mazzoni e Ferrini, presenti i nostri consulenti, di cui rendiamo conto all'interno del giornale). Si prefigge di ridare vita a spazi pubblici e privati, per l'appunto, da rigenerare, coinvolgendo gli imprenditori commerciali e i frequentatori dell'area storica cittadina che si connota per due funzioni specifiche: il commercio e la cultura.

Stanno per essere somministrati questionari per raccogliere suggerimenti e indicazioni dei cittadini e dei commercianti. Il nostro è un lavoro che durerà tutto l'anno e cercherà di intercettare anche i proprietari privati di immobili da rigenerare che, auspicabilmente con incentivi pubblici, possano agire in questa direzione.
Le imprese commerciali, di terziario e servizio beneficeranno degli auspicabili nuovi spazi rigenerati, così come le abitazioni, ma prima ancora - con l'attuazione degli interventi concreti - ne guadagnerà il centro storico e tutta la città, che diventeranno ancora più belli. Mi è capitato di dirlo ancora, commentando l'inizio dei lavori nelle Tre Piazze: la bellezza può salvare la città e darle nuova linfa nel post-pandemia. E di bellezza Cesena ne ha da vendere.

Ma la bellezza va curata, alimentata, rigenerata. Dopo la guerra la parola chiave fu ricostruzione; nel dopo pandemia, ma già adesso nell'ultima fase di convivenza col virus, a Confcommercio piacerebbe che la parola chiave diventasse "rigenerazione". Per Cesena e per il Paese. Nel senso che abbiamo spiegato, ma anche, più metaforicamente, nel senso di un nuovo inizio in cui ciascuno di noi si rigeneri per diventare ancora più forti di prima del Covid. Confcommercio dà il suo contributo per costruire il futuro della città, che vogliamo lasciare migliore di come l'abbiamo trovata. Noi ci siamo e agiamo.

INDAGINE CONFCOMMERCIO, PER IL 27% DEGLI INTERVISTATI È AUMENTATA

Con la pandemia è cresciuto il ricorso all'usura

Gli effetti del Covid sono stati devastanti per il mondo delle imprese. In assenza di adeguati sostegni e di un preciso piano di riaperture, rischiano la definitiva chiusura 300mila imprese del commercio non alimentare e dei servizi, di cui circa 240mila esclusivamente a causa della pandemia.

Emerge da un'indagine presentata da Confcommercio nell'edizione 2021 della iniziativa **Legalità mi piace**, la cosiddetta Giornata della Legalità, celebrata ilì 20 aprile.

"Il fenomeno - spiega il presidente Confcommercio cesenate Augusto Patrignani (nella foto) - tocca anche il nostro territorio. Le difficoltà economiche per le imprese riguardano soprattutto la perdita di fatturato, la crisi di liquidità e le complicazioni burocratiche. Nel 2020 le imprese del commercio, alloggio e ristorazione indicano per il 50,7% una riduzione del volume di affari, per il 35,3% mancanza di liquidità e difficoltà di accesso al credito, per il 14% problemi di tipo burocratico.

Ma oltre a queste difficoltà c'è la crescita, tra i fenomeni illegali, dell'usura. Rispetto al 2019, infatti, è più che raddoppiata la quota di imprenditori che ritiene aumentato questo fenomeno (27% contro il 12,7%), e sono a immediato e grave rischio usura circa 40mila imprese del commercio, della ristorazione e dell'alloggio. Non sorprende, purtroppo, che il fenomeno usura sia particolarmente diffuso nel Mezzogiorno. Contro l'usura e, in generale, contro tutti i fenomeni criminali, servono misure di contrasto più incisive e una maggiore cultura della legalità".

"Utilizzando i dati delle indagini a sistema con quelli di Banca d'Italia - aggiunge Patrignani - si può stabilire una platea di soggetti potenzialmente esposti all'usura. Da questi affidamenti si può definire, attraverso le indagini sul campo, il perimetro delle imprese che pur avendo richiesto un prestito non l'hanno ottenuto o l'hanno attenuto in forma ridotta. Queste imprese sono circa 295mila. Occorre monitorare le cessioni di aziende che avvengono in questo periodo. È necessario istituire un registro delle cessioni Covid, per verificare chi acquista in periodo di crisi, le condizioni alle quali si realizza la cessione dell'azienda e, soprattutto, la tracciabilità dei flussi finanziari utilizzati da chi acquista. Il rischio di consegnare il paese alla criminalità è enorme e va assolutamente scongiurato. Confcommercio ha attivato da tempo un In sistema di monitoraggio, un numero verde, assistenza associativa gratuita da parte di Confcommercio agli imprenditori che rifiutino offerte di acquisto delle loro attività sospette, perché provenienti presumibilmente da consorterie criminali. Si aggiunge, inoltre, la consulenza dell'Ambulatorio Antiusura nelle richieste di accesso ai fondi per risolvere il sovraindebitamento e a quelli per risollevarsi dall'usura".

LA MANIFESTAZIONE DI FIVA IN REGIONE

Ristori per gli ambulanti e aperture per i fieristi

Fiva regionale Confcommercio ha ancora una volta affrontato sul campo i problemi dei commercianti su aree pubbliche, battendosi con successo per tutelare i loro diritti e i loro interessi.

Il 15 aprile un centinaio di ambulanti si sono dati appuntamento sotto il palazzo della Regione Emilia-Romagna per attirare l'attenzione della politica sulla profonda crisi che sta vivendo il settore a causa delle prolungate chiusure dovute alle restrizioni per il Covid-19.

L'iniziativa è stata promossa da Fiva Confcommercio regionale, capitanata dal presidente Alverio Andreoli, in collaborazione con l'altra associazione, in qualità di storico sindacato che da decenni tutelano la categoria, facendosi portavoce delle sue istanze. Erano presenti anche nutrite delegazioni dal Cesenate. Si è unita alla Fiva regionale Confcommercio dell'Emilia Romagna non con il direttore Pietro Fantini che, insieme al presidente Fiva regionale Andreoli e a quello dell'altra associazione, è stato ricevuto dal presidente della Regione Stefano Bonaccini e dall'assessore Andrea Corsini. "Da quando è scoppiata la pandemia, non c'è giorno che Fiva regionale non sia accanto ai suoi commercianti su aree pubbliche.

L'anno scorso riuscimmo, grazie alla pressione sulla Regione, ad anticipare la riapertura di i mercati ambulanti a maggio. Ora, con il rientro in zona arancione gli ambulanti sono tornati al lavoro, ma sono stati fortemente penalizzati. Da parte dell'assessore al commercio Andrea Corsini – osserva il presidente Fiva regionale Andreoli – non sono mancate i rassicurazioni sui ristori e sull'apertura delle sagre, fondamentale per il ritorno al lavoro degli ambulanti che vi lavorano fermi da quattordici mesi: abbiamo chiesto sostegni non più in base alla perdita percentuale del fatturato, ma in base ai costi fissi sostenuti, ora attendiamo i decreti attuativi. L'assessore ci ha comunicato che con i fondi europei destinati alla Regione Emilia Romagna, verranno realizzati interventi dedicati al commercio anche ambulante per riqualificare imprese e aree mercatali e ha annunciato lo stanziamento di un milione di euro destinato ai fieristi, vale a dire gli operatori ambulanti più penalizzati".

" Abbiamo apprezzato l'atteggiamento di Bonaccini e Corsini - aggiunge Andreoli - che hanno elogiato la serietà delle nostre proposte e lo stile costruttivo con cui le abbiamo.

Fiva regionale ancora una volta è riuscita a portare a casa risultati concreti dialogando con le istituzioni per tutelare la categorie e non lasciandoci andare a proteste improduttive. Da sempre noi lavoriamo senza lasciare nulla di intentato, per fare lavorare le imprese in sicurezza e per tutelare sino in fondo i loro diritti e interessi. Ci siamo costruiti la nostra solida reputazione in tanti decenni di lavoro affiancando gli ambulanti, affrontando insieme ad essi i problemi e trovando la soluzione per risolverli. Questo è il nostro modo di agire e su questa strada proseguiremo".

Nelle foto il direttore Confcommercio regionale Pietro Fantini, l'assessore regionale Andrea Corsini, il presidente della Regione Stefano Bonaccini e il presidente Fiva regionale Alverio Andreoli; sotto il consiglio direttivo Fiva in un momento della manifestazione.

RICHIESTA DI CONFCOMMERCIO ALL'ANCI

"I sindaci diano spazi pubblici a tutti i pubblici esercizi"

Avere una data per poter ripartire e poter lavorare la sera sono certamente segnali che vanno nella giusta direzione, ma ci aspettavamo maggiore coraggio". Lo rimarcano il presidente di Confcommercio cesenate Augusto Patrignani e i presidenti Fipe Confcommercio cesenati Angelo Malossi e Vincenzo Lucchi.

"La ripresa in soli spazi aperti a mezzogiorno e alla sera è solo un primo punto di partenza- affermano Patrignani, Malossi e Lucchi -, perché troppe imprese restano tagliate fuori dalla limitazione del servizio ai soli spazi esterni, subendo così una discriminazione. Per queste realtà il lockdown non finirà il 26 aprile. È fondamentale avere già nei prossimi giorni una road map molto precisa che indichi come e quando le riaperture potranno coinvolgere, nel pieno rispetto dei protocolli di sicurezza, anche tutti quei locali che hanno a disposizione solo spazi interni. Parallelamente sarà importante invitare i Comuni a fare tutto quanto in loro potere per favorire la concessione di suolo pubblico agli operatori sfavoriti da questa riapertura parziale". Fipe sottolinea infine che "sarà essenziale che tutti quanti, imprenditori e avventori, dimostrino il massimo senso di responsabilità, rispettando pedissequamente le norme di sicurezza sanitaria stabilite dal Comitato tecnico scientifico. Non possiamo permetterci passi falsi. L'obiettivo comune deve essere quello di tornare a lavorare, e dunque a vivere, a pieno ritmo".

"Riaprire solo le attività che hanno i tavolini all'esterno - proseguono i presidenti Confcommercio - significa prolungare il lockdown per oltre 116mila pubblici esercizi. Il 46,6% dei bar e dei ristoranti italiani non ha infatti spazi all'aperto, una percentuale peraltro che nei centri storici, soggetti a regole molto più stringenti, aumenta considerevolmente. I sindaci mettano a disposizione spazi extra per le attività economiche che devono poter apparecchiare in strada ed evitare così di subire, oltre al danno del lockdown, la beffa di vedere i clienti seduti nei locali vicini. Dobbiamo dare una prospettiva a tutti gli imprenditori. Bisogna lavorare da subito a un protocollo di sicurezza sanitaria stringente, che consenta la riapertura anche dei locali al chiuso e bisogna darci un cronoprogramma preciso. Non c'è più tempo da perdere. Abbiamo chiesto all'Associazione nazionale dei Comuni italiani (Anci) di collaborare con noi per spingere i sindaci a concedere il maggior numero di spazi esterni extra, in via del tutto eccezionale e provvisoria, agli esercizi che in questo momento ne sono sprovvisti. Sarebbe un bel segnale di unità e di voglia di uscire dal pantano tutti insieme".

MERCATO DEL 25 APRILE, UN SUCCESSO

Bancarelle anche il 1° maggio

Il 25 aprile, giornata in cui ricorre la festa civica della Liberazione, si è tenuto il mercato ambulante a Cesena con buona partecipazione di avventori e clienti. Domani, 1° maggio festa del lavoro, altro mercato ambulante mattutino. "Anche il lavoro e la socialità ad esso connessa - mette in luce il presidente di Fiva Confcommercio cesenate Alverio Andreoli - sono modi per celebrare queste due importanti ricorrenze. Il 25 aprile il mercato ambulante si è tenuto dalle 8.30 alle 19, per l'intera giornata, mentre il 1° maggio si tratterà di un normale mercato mattutino del sabato. In passato non si era mai ottenuta la possibilità di organizzare i mercati in occasione di queste feste civiche, mente questa volta l'amministrazione di Cesena ha consentito di potere effettuarli. Fiva Confcommercio ringrazia in particolare l'assessore Luca Ferrini per la disponibilità e la collaborazione ancora una volta dimostrate".

L'AMMINISTRAZIONE COMUNALE APPOGGIA IL PROGETTO DI CAT CONFCOMMERCIO

Rigenerazione urbana, avviato il percorso

Si riparte con la rigenerazione. Il nuovo progetto di rigenerazione urbana del Cat Confcommercio è stato presentato all'amministrazione comunale di Cesena in un incontro online aperto dal presidente di Confcommercio imprese cesenate **Augusto Patrignani**, a cui sono intervenuti **Alessandro Anghileri**, consulente Finproject e **Luciano Natalini**, esperto di progettazione europea. Erano presenti per la giunta comunale gli assessori **Cristina Mazzoni** (Urbanistica e Rigenerazione urbana), **Francesca Lucchi** (Sostenibilità ambientale e progetti europei) e **Luca Ferrini** (Sviluppo economico, legalità e sicurezza). Il presidente Patrignani ha introdotto la mission del progetto: "Avviare un processo di elaborazione condivisa di una strategia di marketing territoriale per la rigenerazione urbanistica e commerciale del centro storico che ambisce ad incrociarsi con l'impegno dell'ente pubblico che potrebbe consistere nel prevedere a bilancio una specifica misura "Capitolo rigenerazione urbana" per sostenere gli interventi che da questa sinergia si riterrà fondamentali realizzare. Il sostegno che auspichiamo potrebbe concretizzarsi negli sgravi per nuovi insediamenti e in contributi e agevolazioni a proprietari privati che verranno coinvolti dal progetto, per ope-re di intervento di interesse generale sui propri edifici".

Il consulente Anghileri ha illustrato l'impianto del progetto di Cat Confcommercio, in continuità con quello realizzato nel 2020, e presentato i due questionari che verranno somministrati agli operatori commerciali e ai cittadini fruitori del centro storico in cui viene anche chiesto quali sono i nuovi format commerciali su cui puntare per il post pandemia (negozi di prossimità e diaggregazione-relazione sociale, negozi ibridi in parte fisici e in parte virtuali su piattaforme di e-commerce), questione di stringente attualità.

Il consulente Natalini ha mezzo a fuoco come il progetto, sostenuto dal pubblico, può virtuosamen-te intrecciarsi con le risorse e gli incentivi europei.

La parola chiave dell'incontro è stata intreccio, nel senso di collegamento e sinergia. I rappresentanti dell'amministrazione comunale hanno rimarcato come la rigenerazione sia una delle sfide cruciali del Pug (Piano Urbanistico generale) e della strategia per la qualità urbana ed ecologico-ambientale.

"Il Pug– ha osservato l'assessore alla programmazione e attuazione urbanistica Cristina Mazzoni – è orientato ai processi di rigenerazione del patrimonio dismesso, così come indica la nuova Legge urbanistica regionale e prende in esame le nuove economie connesse ai processi di rigenerazione, incentivando il riuso". L'assessore Ferrini ha aggiunto che il progetto del Cat Confcommercio innesca meccanismi favorevoli al rilancio del commercio in centro e l'assessore Lucchi ha rimarcato la necessità che i processi rigenerativi si inquadrino in un'ottica di sostenibilità e armonia ambientale.

"Quello che Confcommercio vuole - soddisfatto del pieno recepimento del progetto - è promuovere un percorso condiviso e partecipato che con l'appoggio dell'amministrazione il è partito sotto i mi-gliori auspici. Per riassegnare piena vitalità e attrattività al centro e alle sue funzioni commerciale e culturale bisogna rigenerare, e farlo bene. Il nostro contributo sarà utile alla causa ".

Nelle foto i vertici di Confcommercio cesenate con il presidente Patrignani, gli assessori collegati online, i consulenti e il centro storico di Cesena.

SINERGIA TRA MIDAS E CONFCOMMERCIO

A Cesena partono il Coordinamento italiano danza sportiva e la formazione online dei maestri di ballo

Oggi, domani e domenica presso la sala congressi di Confcommercio a Cesena si svolge l'assemblea ordinaria elettiva al termine del quadriennio per l'associazione nazionale di categoria dei maestri di ballo e danza sportiva Midas, presieduta da Piercarlo Pilani (nella foto). Oltre l'elezione del presidente e della giunta per il quadriennio 2021-2025 un aspetto cruciale per lo sviluppo dell'associazione nazionale dei maestri di ballo e danza sportiva e per la sinergia creata con Confcommercio Cesena, è costituita dalla creazione del Cids (Coordinamento italiano Danza sportiva) che all'attività di divulgazione, reclutamento, formazione ed abilitazione condotte storicamente da Midas affiancherà anche l'organizzazione di concorsi, gare ed eventi dedicati agli allievi dei maestri della danza sportiva.

In questo modo Midas si prefigge di semplificare l'accesso alla danza sportiva ufficiale, organizzata dalla Fids (Federazione Italiana Danza Sportiva) che è l'unica federazione riconosciuta dal Coni per la disciplina. Cesena e Confcommercio diventano pertanto partner strategici per lo sviluppo di questa progettualità che, appena l'attività sportiva potrà ripartire senza limitazioni, vede oltre duecento competizioni sul territorio nazionale ed oltre duemila maestri impegnati nell'attività di formazione degli atleti, nelll'organizzazione degli eventi e nel ruolo di ufficiali di gara.

La sinergia Midas-Confcommercio è dunque orientata a creare progetti di supporto all'attività del maestro di ballo e danza sportiva attraverso l'estensione dei tradizionali strumenti che Confcommercio mette a disposizione dei propri associati. "Il quadriennio 2021-2025 sarà particolarmente importante per il comparto della danza sportiva italiana in quanto la Fids (Federazione Italiana Danza Sportiva), unica federazione

riconosciuta dal Coni, ha avviato un processo profondo di ristrutturazione della governance del movimento della danza sportiva - spiega il presidente Midas Piercarlo Pilani - che le permetterà uno sviluppo inimmaginabile sino a qualche anno fa. Midas con il Cids e la sinergia con Confcommercio saranno uno dei driver fondamentali di questo virtuoso processo di innovazione".

LA MANIFESTAZIONE A ROMA E L'INCONTRO CON IL MINISTRO GIORGETTI

Fipe Confcommercio ha strappato la riapertura

L'apertura dei pubblici esercizi, costretti ancora all'asporto e alla consegna a domicilio, è avvenuta ma solo in spazi aperti. Così non basta. Fipe Confcommercio da oltre un anno ogni giorno, senza soste, è accanto alle imprese dei pubblici esercizi per tutelare il loro diritto a lavorare in sicurezza, nel rispetto dei protocolli anti-contagio. Numerose sono state le iniziative e le campagne di sensibilizzazione a livello nazionale, regionale e locale alle quali Fipe cesenate ha preso parte.
L'ultima si è tenuta a Roma con una protesta ordinata ma perentoria, a cui ha preso parte anche il presidente di Fipe cesenate Angelo Malossi. Erano presenti i presidenti Confcommercio nazionale Carlo Sangalli e di Fipe nazionale Lino Stoppani.
"Sei mesi dopo la manifestazione #SiamoATerra che ha visto la partecipazione di migliaia di imprenditori in 24 diverse città italiane con la nostra delegazione cesenate che manifestò in piazza Maggiore a Bologna - afferma il presidente Malossi - abbiamo dato coralmente volto e voce all'esasperazione di un settore in ginocchio. Tutto il Paese è stato coinvolto con collegamenti online con altre 21 piazze italiane con tanti imprenditori presenti. In serata il ministro dello Sviluppo economico, Giancarlo Giorgetti, ha ricevuto la presidenza della Fipe. Fipe Confcommercio lo aveva incalzato chiedendo un impegno preciso: una data della ripartenza e un piano per farlo in sicurezza. Gli imprenditori chiedono certezze per riprendere a lavorare, rifuggendo la rabbia non costruttiva che inutilmente segna invece altre manifestazioni che pensano di interpretare lo scontento, ma non portano ad alcun risultato pratico. Noi lavoriamo per portare a casa risultati. E la Fipe ha vinto un primo round in questo braccio di ferro: e infatti la riapertura è avvenuta.

"Ma non è sufficiente solo per gli spazi aperti - prosegue il presidente Confcommercio cesenate Augusto Patrignani - Come sempre il nostro presidente nazionale Sangalli ha trovato le parole giuste: "vogliamo futuro". Avere un futuro significa disporre di misure emergenziali adeguate, precisando innanzitutto che una cosa è aver perso fatturato per fatti contingenti, ben altra cosa è averlo perso perché obbligati a chiudere. Futuro significa poter riaprire: in sicurezza, con i dovuti controlli, nel rispetto della delicatezza della situazione"
"Il primo passaggio – aggiungono i presidenti Fipe cesenati Angelo Malossi e Vincenzo Lucchi – è stato un successivo incontro, anche con un nostro rappresentante, con il Comitato tecnico scientifico che ha stabilito la riapertura. Un grande risultato per portare in quella sede la voce degli imprenditori".
Nelle foto momenti della manifestazione a Roma con l'intervento del presidente nazionale Carlo Sangalli e il nostro presidente Fipe cesenate Angelo Malossi.

FIPE CONTRO L'ASSURDA RESTRIZIONE INTRODOTTA ALLA RIAPERTURA

Divieto di consumo al banco: per i bar è un'autentica beffa

Divieto di consumo al banco, una beffa. La circolare con cui il Ministero dell'Interno interpreta la possibilità di consumo al banco relativamente al DL riapertura non dà certo la risposta che chiedono e meritano bar e locali che si vedono messi ulteriormente in difficoltà proprio nel momento in cui si parla di riapertura". Il commento è di Angelo Malossi, presidente Fipe baristi Confcommercio Cesena (nella foto).

"La circolare infatti introduce una limitazione ulteriore che non esisteva nel Dpcm del 2 marzo _ aggiunge Malossi - con una penalizzante restrizione e ulteriore caos interpretativo. Il consumo al banco, regolato dai protocolli su distanziamento e capienza degli esercizi, permette in molti casi di snellire il servizio evitando assembramenti all'esterno ed è l'unica modalità rimasta di servizio per numerosissime attività che non dispongono di spazi esterni. Oltre alla questione dell'importanza di regole chiare e sensate per garantire l'ordine pubblico e la legalità, vi è anche un tema non secondario di sopravvivenza delle imprese.
"Viene chiamato DL Riaperture - rimarca Malossi – e invece si trovano sempre nuovi bizzarri modi per restringere la possibilità alle nostre imprese di lavorare bene. Siamo esausti e i cittadini sempre meno attenti a seguire regole che cambiano senza senso. Secondo l'interpretazione del Ministero dell'Interno, per il bar al 26 aprile le misure restrittive sono addirittura peggiori di quelle che per mesi hanno adottato in zona gialla, perfino quando di vaccini non c'era traccia. Oggi, con oltre 17 milioni di somministrazioni vaccinali e 4 milioni di persone guarite dal Covid, si impedisce di effettuare il consumo al banco e lo si fa con un'interpretazione ministeriale. Una mancanza di rispetto e un nuovo danno per imprese che hanno già pagato un prezzo altissimo per le misure di contenimento della pandemia, senza alcun beneficio evidente sul piano sanitario. Per questo Fipe Confcommercio chiede al più presto un intervento del Mise".

FIPE CONTRO LA LIMITAZIONE DEGLI SPOSTAMENTI ALLE 22

Il coprifuoco? Scientificamente incomprensibile

Il decreto che regola un graduale ritorno alla normalità, non soddisfa Fipe-Confcommercio cesenate. "Abbiamo chiesto di ripartire - affermano i presidenti Fipe cesenate Angelo Malossi e Vincenzo Lucchi - ma, alle attuali condizioni del Decreto Legge sulle riaperture, molti pubblici esercizi non possono di fatto farlo. Sono scelte che appaiono punitive rispetto a quelle adottate in momenti più critici dal punto di vista sanitario. Fipe è d'accordo con gradualità e regole certe, che devono avere però un supporto di carattere scientifico. Pur applicando rigorosi protocolli di sicurezza e garantendo il solo servizio al tavolo, oggi si ritiene che il problema sia l'utilizzo degli spazi interni. Siamo esausti di pagare colpe non nostre, come la lentezza della campagna di vaccinazione e l'impossibilità di controllare il territorio punendo comportamenti scorretti. Se il 15 maggio il Governo ha preso l'impegno di vaccinare tutti gli over 70 di questo Paese, riteniamo giusto che prenda anche l'impegno a riaprire le attività all'interno a pranzo e a cena applicando i rigorosi protocolli già approvati".

"Nei giorni scorsi da più parti era stata ventilata la proposta di 'smorzare' il coprifuoco delle 22 - aggiungono Malossi e Lucchi -, ma le recenti normative lo hanno invece riconfermato, in quanto ritenuto coerente con l'impianto graduale che si è voluto imprimere al processo di ritorno alla normalità. Il coprifuoco alle 22, addirittura fino al 31 luglio è scientificamente e socialmente incomprensibile e incoerente con le finalità che si propone: comprime orari e favorisce comportamenti disordinati e opposti. Siamo esasperati dal ritardo nel comunicare nel dettaglio le misure compensative più volte annunciate. Le chiusure devono essere accompagnate da sostegni equi, come peraltro suggerito dalla stessa Banca d'Italia nelle audizioni parlamentari. I dichiarati giusti propositi di attivare ristori perequativi, progressivi, selettivi e proporzionati ai danni devono trovare riscontro immediato nei provvedimenti di politica economica del Governo.

CONFCOMMERCIO HA INCONTRATO A CESENATICO MASSIMO GARAVAGLIA

"Il ministro dà il via libera alla stagione turistica"

Turismo riaperto e rilanciato sicurezza. Se ne è parlato a un incontro informale con il ministro al Turismo Massimo Garavaglia, accompagnato dall'on. Jacopo Morrone (Lega), tenutosi all'hotel Da Vinci di Cesenatico a cui ha preso parte, insieme a rappresentati dell'intera filiera turistica, anche Confcommercio cesenate, con il presidente di Confcommercio Augusto Patrignani e il presidente di Confcommercio di Cesenatico Giancarlo Andrini. Intanto gli operatori turistici, dagli albergatori ai ti-tolari di stabilimenti balneari e a tutta la filiera, sta preparando la nuova stagione che si avvierà in maggio.

"Significativo - affermano Patrignani e Andrini - che il ministro abbia scelto Cesenatico, cuore del tu-rismo rivierasco romagnolo, per incontrare le categorie di tutta la filiera. Le sue parole, che ripren-dono il concetto espresso dal premier Draghi della riapertura necessaria, anzi indispensabile, col rischio calcolato, sono confortanti e tutta la Riviera, unitamente ai turismi integrati della Valle del Savio e dell'entroterra, è pronta a ripartire per la nuova stagione in sicurezza. Il turismo deve esse-re al centro del Piano nazionale di Ripresa e Resilienza, sia per la componente investimenti che nelle riforme, a partire da quella fiscale che sarà fondamentale per accompagnare la ripresa".

"Il Covid - ha rimarcato Patrignani - ci ha insegnato che dove crolla il turismo crollano quasi tutti gli altri settori: trasporti, cultura, servizi, commercio. Aiutare le imprese del settore, di piccole, medie e grandi dimensioni, e ritagliare intorno a queste la strategia del Pnrr vuole dire fare ripartire l'intera economia. Qui in Romagna abbiamo la risorsa straordinaria di turismi integrati che possono far diventare il luogo del buon vivere ideale per il rilancio all'uscita della pandemia, ma servono provve-dimenti per incentivare e sburocratizzare chi opere nella filiera, dagli albergatori agli stabilimenti balneari per i quali va sciolto l'annoso nodo della Bolkenstein ".

Il ministro Garavaglia ha rimarcato il fatto che la data della riapertura è vicina, che distribuzione dei vaccini avrà un ruolo cruciale e il cambio di passo nella campagna agevolerà il turismo. "L'obiettivo è far partire le prenotazioni - ha assicurato - e riaprire la mobilità fra le nazioni europee. Il lasciapassare sarà ottenibile con un semplice tampone e consentirà di poter accogliere anche i turisti stranieri. Introdurremo l'estensione del bonus del 110 per cento anche per le ristrutturazioni degli alberghi, per incentivare le riqualificazioni e gli investimenti, Quanto ai dipendenti nelle attività turistiche vogliamo rendere più flessibile il lavoro. Riproporremo il bonus vacanza e lo promuoveremo in maniera più efficace rispetto all'anno scorso".

"L"approccio pragmatico e alla mano del ministro - osservano i presidenti Patrignani e Andrini - è stato gradito: ora attendiamo dall'esecutivo provvedimenti per la ripartenza tempestiva e piena, in sicurezza. Gli operatori turistici sono pronti".

Nella foto da sinistra il ministro al Turismo Massimo Garavaglia, il presidente Confcommercio cesenate Augusto Patrignani e il presidente di Confcommercio Cesenatico Giancarlo Andrini.

CONFCOMMERCIO FA IL PUNTO SULL'EMERGENZA SANITARIA

Ausl Romagna efficiente, servono tanti vaccini

di AUGUSTO PATRIGNANI

L'insistenza con cui Confcommercio cesenate da più di un anno a questa parte reclama la necessità di convivere con la pandemia permettendo il lavoro delle imprese in sicurezza, nel pieno rispetto di tutti i protocolli stabiliti dagli organi decisori - visto che l'emergenza è sanitaria, ma anche economica, sociale, esistenziale - nulla toglie alla considerazione prioritaria, a prescindere, che sempre la nostra organizzazione ha messo in luce: al primo posto viene la lotta al virus, da condurre nel modo più efficace e rapido possibile. Non vorremmo proprio passare per coloro che sdrammatizzano la pandemia che tante morti sta provocando nel mondo e nel nostro Paese. Al contrario: abbiamo sempre parlato di lavorare, ma solo e sempre in sicurezza, e naturalmente il nostro primo auspicio è che proceda celermente, senza gli intoppi purtroppo fin qui verificatisi, la campagna di vaccinazione. La vicenda di AstraZeneca ne è un esempio: un problema di efficienza europea, certo, ma che ha ingenerato dubbi e inquietudini in non pochi connazionali chiamati a scegliere se vaccinarsi o no. Anche per Confcommercio l'imperativo categorico è vaccinare, vaccinare, vaccinare che significa, primariamente, garantire il flusso dei vaccini da somministrare. A livello organizzativo e gestionale ci fidiamo totalmente dei nostri presidi sanitari e dell'organizzazione in capo ad Ausl Romagna, per quel che riguarda il nostro territorio, consapevoli di vivere in una Regione dove il livello dei servizi sanitari è sempre stato più che rassicurante per i cittadini. Ai nostri sanitari, ai medici, agli infermieri, a tutto il personale, ma anche ai quadri dirigenziali e ai vertici direttivi di Ausl Romagna a cui è in capo la responsabilità decisionale e programmatoria, va la nostra riconoscenza e gratitudine per come in quest'anno così drammatico e senza precedenti, si è fatto fronte all'emergenza, con efficienza, professionalità, abnegazione . In altri termini: medici e infermieri sono stati e sono ogni giorno esemplari, potendo anche operare in un contesto strutturale adeguato.

Poter vivere e lavorare, lo diciamo anche nell'ottica delle nostre imprese, in un territorio in cui la sanità funziona e può fungere anche in vari settori da modello è un punto a favore di chi intraprende, perché i servizi sanitari concorrono a determinare il livello di qualità della vita e di attrattività territoriale. Ciò non significa che ci siano aspetti da migliorare, il ritardo delle liste di attesa è fra questi, ma il nostro giudizio è più che positivo su come è stata affrontata l'emergenza sanitaria. Il colpo d'ala, tutta va, deve ancora arrivare: l'accelerazione della campagna vaccinale. Dopo che tanti, durissimi sacrifici sono stati chiesti e tuttora vengono pretesi dalle imprese, e senza adeguati risarcimenti, lo Stato non può fallire nella partita decisiva. Allora, dal punto di vista sanitario, la nostra richiesta è: fateci vaccinare, fateci vaccinare, fateci vaccinare. Quando verrà il turno di ciascuno, naturalmente, e guai ai furbini che sorpassano chi ha diritto di precedenza: ma con la maggior solerzia ed efficacia possibili.

Nelle foto il presidente di Confcommercio cesenate Augusto Patrignani, il direttore Confcommercio cesenate Giorgio Piastra e Mattia Altini, direttore sanitario Ausl Romagna

INDAGINE DI CONFCOMMERCIO NAZIONALE

Rifiuti diminuiti, Tari da abbassare

La pandemia ha colpito duramente le imprese, in modo particolare quelle del commercio e della ristorazione, che hanno dovuto fare i conti con restrizioni e chiusure vedendo azzerati i loro fatturati e in moltissimi casi doversi arrendere con fallimenti o chiusure. In questo tipo di scenario, si assiste ad una situazione veramente paradossale: nonostante il blocco delle attività economiche, e dunque anche una riduzione dei rifiuti prodotti dalla stesse, il costo totale della relativa tassa, la Tari, non solo non è diminuito come sarebbe lecito aspettarsi ma anzi, secondo un'indagine di Confcommercio nazionale, ha raggiunto un livello record di 9,73 miliardi crescendo dell'80% negli ultimi dieci anni.

Sarebbe necessaria una riscrittura complessiva della tassa, che deve essere direttamente commisurata alla quantità e alla qualità dei rifiuti prodotti. E non tenere in considerazione solo la superficie dell'attività in questione. In questo contesto di pandemia, con i rifiuti in calo, le tariffe debbono in ogni caso diminuire, in ogni caso men che mai aumentare. Un altro aspetto che secondo Confcommercio rende la Tari una tassa troppo complicata è che "dipende troppo dai piani finanziari del Comune di riferimento: molto spesso le amministrazioni comunali sforano i propri budget e per rientra e applicano aumenti alle tariffe locali compresa quella dei rifiuti". Per quel che riguarda la parte variabile dei costi, l'indagine Confcommercio rimarca che esiste una legge la quale però ancora deve essere recepita dai Comuni: se le aziende utilizzano gestori privati per lo smaltimento dei rifiuti dovrebbero pagare solo quel servizio e quindi bisognerebbe detassare la quota corrispettiva della Tari". Occorre anche anche risolvere il problema della mancanza cronica di una dotazione impiantistica che fa lievitare i costi dei piani finanziari dei Comuni e, quindi, delle tariffe per le utenze. La carenza di impianti costringe infatti ad inviare una parte considerevole di rifiuti nelle discariche o ad esportarli all'estero per il trattamento e l'incenerimento".

PIATTAFORMA GRATUITA ONLINE RISORSA PER IL COMMERCIO AL DETTAGLIO

IosonoCesena, la vetrina universale dei negozi

Una piattaforma online come supporto e risorsa in più per il negozio fisico. Si chiama **IosonoCesena** e offre a commercianti ed artigiani la possibilità di promuoversi online attraverso una pro-pria vetrina, ma soprattutto di vendere prodotti e servizi in maniera totalmente gratuita. Le attività hanno inoltre la possibilità di segnalare i propri eventi che saranno ripresi dalla redazione del progetto sia sul portale web che sui social.

Il progetto è di proprietà del Comune di Cesena col patrocinio delle principali associazioni di categoria del commercio, artigianato e agricoltura, realizzazione, analisi dei dati e web marketing sono curate in tandem dalle cesenati Mediatip e Pubblisole.

Confcommercio ha aderito a questo progetto perché ritiene sia un'utile opportunità per permettere alle attività commerciali di essere più competitive e concorrenziali sul mercato, anche rispetto a colossi internazionali come Amazon e Alibaba, che beneficiano ancora si ingiusti vantaggi fiscali. Non solo: con IosonoCesena i commercianti fanno gruppo, e si promuovono in una logica di squadra: già in tanti si sono iscritti e il numero può crescere ancora.

Le attività al dettaglio sono chiamate a una grande sfida, resa ancora più impellente dall'emergenza sanitaria: quella di fare propria una nuova cultura commerciale attraverso l'utilizzo della digitalizzazione anche nelle attività più piccole, come arma in più rispetto al negozio fisico, insostitutibile e luogo privilegiaito della relazione commerciale. Ma la vetrina online è una sorta di negozio aggiunto aperto in rete e quindi in ogni momento a chi naviga: una forma straordinaria di promozione commerciale e nel contempo uno spazio strategico di incontro e di fidelizzazione di nuova clientela, complementare al negozio fisico. Ecco allora che Confcommercio sensibilizza tutti i negozianti al dettaglio delle più varie tipologie a non lasciarsi sfuggire questa occasione.

Non sfugge, infine, l'importanza del nome della piattaforma, fortemente identitaria. I negozi si promuovono insieme come pilastri della coesione urbana e sociale identificandosi con la loro città: "IosonoCesena". La piattaforma online diventa così una propaggine, un'estensione del negozio fisico, pilastro della città, perché Cesena senza commercio non sarebbe più la stessa città, non sarebbe più una città. La piattaforma è un'esca preziosa dunque a cui abboccare per innovarsi, crescere e attrezzarsi con la digitalizzazione, non al posto del negozio fisico, ma insieme al negozio fisico.

Augusto Patrignani,
presidente Confcommercio cesenate

Giorgio Piastra,
direttore Confcomemrcio cesenate

Alberto Pesci,
vicedirettore Confcommercio cesenate

Comune di Cesena

AMARACMAND

IOSONOCESENA

ABBIAMO A CUORE
LA NOSTRA CITTÀ

www.iosonocesena.it

I migliori prodotti della tua città direttamente
a casa tua, in meno di 24h

CIA AGRICOLTORI ITALIANI ROMAGNA · Confagricoltura di Forlì-Cesena e di Rimini · Confartigianato Imprese · CONFCOMMERCIO IMPRESE PER L'ITALIA · CONFESERCENTI · CNA Forlì-Cesena · mediatip · PubbliSOLE COMUNICAZIONE E PRODUZIONE

IL COMMENTO

Il coprifuoco alle 22 uccide il turismo

di GIANCARLO ANDRINI

La conferma del coprifuoco dalle 22, riproposto da lunedì 26 aprile con il nuovo decreto, e con lo spauracchio che resti in vigore fino ad estate inoltrata rappresenta un danno che non possiamo permettere venga arrecato. A Cesenatico, ai centri turistici, a tutte le città, alla nostra vita. L'auspicio di Confcommercio è che presto la soglia venga alzata alle 23, e subito dopo, almeno a mezzanotte.

Non è solo un problema di fruibilità dei servizi serali dei pubblici esercizi, ma il coprifuoco rappresenta un irreparabile danno per l'attrattività del paese soprattutto in termini turistici. Lo stop alla mobilità alle 22 con l'obbligo della segregazione domestica è incompatibile con il turismo e quindi, in assenza di una doverosa e tempestiva marcia indietro, Confcommercio teme in vista della stagione estiva ripercussioni devastanti. In questi giorni i giornali esteri hanno riportato la notizia a tutta pagina e già i tour operator hanno cominciato a dirottare i flussi turistici verso le destinazioni concorrenti, Spagna e Grecia in testa. È inutile fare scostamenti di bilancio e decreti di sostegno quando poi con un'improvvida decisione come questa si creano danni di decine di miliardi. Per non parlare poi delle tensioni sociali che un simile provvedimento comporterà. Confcommercio richiama al buon senso e all'equilibrio:

è già sotto gli occhi di tutti la difficoltà da parte delle autorità preposte di gestire questa situazione, figuriamoci cosa potrà accadere con l'aumento delle temperature e l'allungarsi delle giornate. A chi osserva che il provvedimento potrebbe essere modificato prima, osserviamo che intanto è stato scritto fino al 31 luglio ed i tour operator l'hanno già visto e comunicato, con la conseguenza di dirottare le prenotazioni verso altri paesi ben più attenti e strategici sotto l'aspetto turistico. Per fare turismo serve programmazione, per acquisire clientela serve tempo, per perderli basta una attimo. Ma come si può pensare di far ripartire il turismo con un simile provvedimento: chi andrebbe in vacanza con il coprifuoco alle 22, che già la parola coprifuoco la si associa alla guerra?.

In ballo, ci sono il nostro modello turistico e la sostenibilità delle nostre imprese. E le nostre imprese (che siano l'albergo o il ristorante, lo stabilimento balneare o il commerciante, l'artigiano o l'ambulante), hanno contribuito a costruire e rafforzare un modello che funziona, che crea posti di lavoro, che ha reso possibile la crescita economica di un intero territorio, che ha portato il turismo rivierasco romagnolo nel mondo, e non può essere compromesso da scelte precipitose e potenzialmente devastanti.

Nella foto il presidente di Confcommercio di Cesenatico Giancarlo Andrini con il responsaile Roberto Fantini

FONDATA A CESENATICO DA CONFCOMMERCIO E CONFESERCENTI

Ristoratori più forti con la nuova associazione

Proprio ancora in mezzo al guado di una pandemia che per la loro categoria ha provocato e continua a provocare danni gravissimi, i ristoratori di Cesenatico, che hanno riaperto nei soli spazi aperti anche a cena ma nel rispetto del coprifuoco fra lunedì 26 aprile, si uniscono per avere più forza rappresentativa. Al Palazzo del Turismo, che del centro turistico rappresenta un tempio laico emblema dello spirito imprenditoriale che ha portato Cesenatico ad eccellere nel mondo, è stata presentata la nuova associazione 'A.eRre', alla quale hanno aderito, sino a questo momento, una quarantina di imprenditori, i proprietari o gestori di locali pubblici e ristoranti. Fino a questo momento, ribadiamo: si tratta di un sodalizio che ha la capacità attrattiva e propulsiva di convogliare dentro il progetto altre imprese del settore che si riconoscono nelle finalità del progetto appena lanciato. La prima assemblea dei soci ha eletto presidente Monica Rossi, già presidente di Arte Confcommercio e che ha guidato per tanti anni l'ex ristorante Luciano e già presidente dell'associazione Carducci Live. Vicepresidenti Manuel Duca dei ristoranti Nero di Seppia e Peccato di Gola e Alessio Sassi dei ristoranti Giuliano Giuliano Fish Club Giuliano Berti del Jam Session, Diego Lombardi del ristorante pizzeria La Caveja, Marco Grilli ex del ristorante Due Ponti (ora ristorante del Lago Valloni), e Giuseppe Mami del Mamy's Pub.

"A Cesenatico proseguiranno la loro attività - spiega il responsabile di Confcommercio cesenate Roberto Fantini - Arte Confcommercio e Arice Confesercenti. Gli associati a questi importanti sodalizi d'ora in poi concentreranno il loro impegno soprattutto sulla promozione di eventi i cui soci si dedicheranno principalmente agli eventi, a partire da 'Il Pesce fa festa' e 'Azzurro come il pesce', le nostre fiere primaverili e autunnali. Dal canto suo 'A.eRre' avrà un ruolo eminentemente di carattere sindacale e di rappresentanza una categoria che ha grande necessità di trovare risposte alle proprie esigenze, sinora disattese. Questo quattordici mesi di convivenza con la pandemia hanno messo a dura prova la resistenza dei ristoratori anche a causa di scelte penalizzanti, fra cui quella di consentire il lavoro soltanto negli spazi aperti dal 26 aprile, dopo un lungo periodo in cui i ristoratori hanno potuto contare soltanto su asporto e delivery.

"Questa nuova associazione è una grande opportunità - mette in luce la presidente Monica Rossi - per dare più peso specifico alla categoria, per farla contare di più, esattamente come merita per il ruolo di traino che i pubblici esercizi rivestono nell'economia del centro turistico A.eRre sarà pronta in ogni occasione a rapportarsi con gli interlocutori istituzionali e con l'amministrazione comunale per portare la voce della categoria e favorire il pieno lavoro in sicurezza dei ristoranti come hanno dimostrato di poter svolgere nel rispetto dei protocolli. Allo stesso modo dialogheremo con l'Ausl sul rispetto delle regole e gli adempimenti di natura igienico sanitaria. Sono certa che con l'impegno di tutti, giocando di squadra, centreremo gli obiettivi e rafforzeremo la rete dei ristoranti di Cesenatico, da sempre fiore all'occhiello della nostra apprezzata ospitalità. Un settore nel quale sono entrati molti imprenditori giovani che stanno comprendendo l'importanza e, soprattutto, l'utilità, dell'associazionismo e della rappresentanza d'impresa".

Nelle foto: in alto il direttivo di A.eRre e sotto un ristorante sul portocanale

RIGENERAZIONE URBANA A GAMBETTOLA

Piazza Pertini torna un luogo di ospitalità

di FRANCESCO TOMASINI

In tutti questi anni Confcommercio di Gambettola ha più volte messo il dito sulla piaga di piazza Pertini la cui presunta riqualificazione non aveva riconsegnato alla città uno spazio pienamente fruibile e attrattivo, ma per tante ragioni e qualche errore, un'area che non veniva incontro alle esigenze del centro storico, che in piazza Pertini ha sempre avuto un elemento di pregio. Ecco perché la nostra associazione è stata lieta di assistere alla presentazione online del nuovo progetto di riadeguamento e di rigenerazione urbana. Alla base del progetto c'è l'idea di uno spazio verde con sedute e quindi un'area per la socialità, dal canto loro i reperti storici rimarranno visibili nel loro spazio, ma saranno parte di un nuovo insieme più attrattivo e funzionale. Confcommercio esaminerà nei dettagli il progetto e non mancherà di presentare le sue osservazioni. La nostra filosofia è semplice: una piazza nel centro deve essere luogo di vita, di sosta e di incontro, in collegamento reale con il corso e le strade dello shopping. Non un museo. E verso il raggiungimento di questo obiettivo ci si deve indirizzare.

Nelle foto la sindaca di Gambettola Letizia Bisacchi in piazza Pertini e il presidente Confcommercio Francesco Tomasini.

IL GIRO D'ITALIA FA TAPPPA A BAGNO DI ROMAGNA IL 20 MAGGIO

Negozi e pubblici esercizi pronti a tingersi di rosa

di GIUSEPPE CROCIANI

I negozi, i pubblici esercizi e le imprese di Bagno di Romagna e dell'Alta Valle del Savio sono pronti ad accogliere colorandosi di rosa, unednsoi a tutto il territorio, l'arrivo della tappa del Giro d'Italia. Mancano tre settimane: il 20 maggio a Bagno di Romagna ci sarà l'arrivo della 12^ Tappa del Giro d'Italia, quattro anni dopo il 17 maggio 2017 che ancora rappresenta uno dei momenti più belli degli ultimi anni. Ora c'è di mezzo la pandemia e il clima è diverso, ma il passaggio del Giro rinfocola ala speranza e l'ottimismo

Il Comune ha affidato all'agenzia Eventi Oggi la gestione delle sponsorizzazioni e l'organizzazione delle iniziative per una promozione più strutturata del nostro territorio anche oltre l'evento dell'arrivo di Tappa del 20 maggio. L'obiettivo condiviso è di rendere i nostri centri e le nostre vie abbelliti e colorati da fiori, possibilmente di colore rosa. Alcuni cittadini stanno già lavorando a creare coreografie celebrative nei propri spazi privati, per attirare l'attenzione dei media.

Il centro di Bagno e di San Piero verranno addobbati con piante e fiori per rendere ancora più calda l'accoglienza, in una coreografia complessiva che mira a mostrare tutta la capacità di ospitalità della nostra Comunità. Per rendere ancor più coreografico il centro di Bagno sarà colorato da un nuovo grande tetto di ombrelli mentre nelle vie di San Piero saranno installate bandierine rosa. La pista ciclabile, già colorata di rosa, verrà arredata per assomigliare ad una galleria con 104 poster raffigurativi della prima pagina della Gazzetta dello Sport celebrativa dei 104 vincitori del Giro d'Italia. Il Comune curerà per l'occasione i lavori di riqualificazione e valorizzazione delle rotonde di ingresso a Bagno, che ospiteranno installazioni rappresentative nell'ambito di aiuole colorate da piantumazioni floreali. In una rotonda verrà installato il grande Gnomo che è a lato dell'ingresso della E45, mentre in un'altra verrà installato un grande trofeo del Giro d'Italia che è stato creato volontariamente da un nostro concittadino.

I negozi e i pubblici esercizi si tingeranno di rosa e speriamo che l'arrivo del Giro d'Italia sia per l'Alta Val Savio la tappa di una nuova ripartenza in vista della stagione estiva,

Nelle foto Giuseppe Crociani, presidente di Confcommercio Bagno di Romagna e una immagine del 2017 con il presidente Confcommercio cesenate Patrignani il sindaco bagnese Baccini e il compianto Emiliano Rossi, nostro amato presidente per tanti anni di Confcommercio di Bagno di Romagna.

REPORT DELL'ISTAT AD APRILE

Negozi e consumatori, cresce la fiducia Ma non bastano le aperture limitate

di GIORGIO PIASTRA

Ad aprile in aumento gli indici Istat: il clima di fiducia dei consumatori sale da 100,9 a 102,3, mentre quello relativo alle imprese passa da 94,2 a 97,3. Aumento forte per il commercio al dettaglio, meno nei servizi di mercato.

Aria di primavera per la fiducia di consumatori e imprese, nonostante la pandemia. Ad aprile l'Istat stima (vedi i dati completi in pdf seguendo questo link) infatti un aumento sia dell'indice del clima di fiducia dei consumatori (da 100,9 a 102,3) sia dell'indice composito del clima di fiducia delle imprese (da 94,2 a 97,3).

Quanto al primo, che torna a crescere dopo il segno meno di marzo, tutte le componenti sono in aumento, in particolare le aspettative tanto sulla situazione economica del Paese che su quella familiare. Il clima economico e quello personale passano, rispettivamente, da 90,2 a 91,6 e da 104,5 a 105,9. Il clima corrente aumenta da 96,7 a 97,4 e quello futuro sale da 107,1 a 109,6.

Per quanto riguarda invece le imprese, si tratta del quinto aumento consecutivo, più marcato per l'industria manifatturiera e per il commercio al dettaglio, dove cresce da 91,2 a 95,8. Il miglioramento della fiducia è più marcato nella grande distribuzione (l'indice sale da 95,8 a 101,2) che nella distribuzione tradizionale (da 81,8 a 82,7). Nei servizi di mercato l'indice aumenta da 85,4 a 87,1, trainato dalle aspettative sugli ordini nei servizi di mercato e da quelle sulle vendite per il commercio al dettaglio."Un dato in gran parte atteso e in linea con l'avanzamento della campagna vaccinale e le aspettative di un alleggerimento delle misure restrittive". Questo il commento di Confcommercio sul miglioramento degli indici di fiducia delineato dall'Istat, dove però "spicca il deterioramento del sentiment tra gli operatori turistici. Il settore continua infatti a considerare ancora molto lontano il momento in cui si potrà tornare ad una situazione meno drammatica rispetto a quella vissuta nell'ultimo anno. E non possono bastare – conclude l'Ufficio Studi confederale - poche riaperture limitate peraltro solo ad alcune aziende del settore per migliorare una situazione molto compromessa".

INDAGINE CONFCOMMERCIO

Economia ancora in stagnazione, l'incertezza rallenta la ripresa

Con l'inizio della campagna vaccinale e una parziale riduzione della circolazione del virus, sembrava che si potesse vedere la luce e cominciare a pensare ad una ripresa economica vera, in realtà nel giro di poche settimane il quadro è tornato ad essere molto critico tra stop al vaccino Astrazeneca e diffusione sul territorio delle varianti del coronavirus che hanno aumentato in modo sensibile la contagiosità. Dai dati che emergono nell'ultimo numero della Congiuntura Confcommercio, invece, secondo il direttore dell'Ufficio Studi, Mariano Bella, "è evidente che l'economia italiana si trova a rivivere molto simile a quella di marzo e aprile dello scorso anno. Certo i vincoli alla mobilità, le chiusure degli esercizi commerciali e dei luoghi di scambio sociale, sono un po' meno stringenti ma il problema è che si aggiungono ad una situazione economica già molto compromessa".

Quindi, quella che era una previsione abbastanza acquisita, cioè una crescita del PIL attorno al 4% per l'anno in corso si allontana. I dati dell'ICC a febbraio indicano un andamento negativo su base annua con una flessione del 12,2% che segue la contrazione del 17,5% di gennaio. su questo fronte però, secondo Bella c'è una "speranza" legata al comportamento delle famiglie che "nel momento in cui ne hanno la possibilità, sarebbero ancora disponibili a tradurre in consumo una parte del risparmio involontario accumulato. Ci sono quindi potenzialità di crescita presenti che oggi sono inevitabilmente schiacciate dalla pandemia".

SAN MAURO PASCOLI AIUTA LE IMPRESE IN DIFFICOLTÀ'

Il Comune mette i soldi per ridurre le tariffe Tari

di RAFFAELE BERNABINI

Confcommercio, nelle sue valutazioni, sta sempre ai fatti e ai riflessi che il loro svolgersi può avere per la vita delle imprese. Per questo Confcommercio di San Mauro Pascoli valuta positivamente il fatto che la Giunta di San Mauro Pascoli abbia deliberato lo stanziamento di 150mila euro che permetterà di ridurre le tariffe della Tari per aziende che hanno subito un danno economico per via delle restrizioni previste dai provvedimenti governativi. Tali agevolazioni saranno riconosciute direttamente in bolletta. Inoltre è stata slittata la scadenza del pagamento Tari dal 30 giugno al 16 settembre. Per quanto riguarda il canone unico patrimoniale (suolo pubblico e pubblicità) il Comune ha prorogato la scadenza del versamento: il canone annuale per le esposizioni pubblicitarie avrà scadenza al 31 maggio, il canone annuale di occupazione suolo pubblico e il canone giornaliero occupazione suolo pubblico mercati avranno scadenza entrambi al 31 luglio. Non basta ancora, ma è qualcosa di significativo e bisogna proseguire, anche a livello locale, sulla strada degli aiuti concreti alle imprese in difficoltà.

Nella foto il presidente di Confcommercio San Mauro Pascoli Raffaele Bernabini, il responsabile Paolo Vangelista e la sindaca Luciana Garbuglia.

FU APERTA NEL 1738. IL TITOLARE SARAGONI HA FESTEGGIATO I SUOI PRIMI 40 ANNI

Osteria del Gallo, un ristorante da libro di storia

Alla fama gastronomica di Savignano sul Rubicone, che mette in vetrina una serie virtuosa di ristoranti i quali meritano solo essi stessi una visita in città, contribuisce l'osteria del Gallo, che ha festeggiato i quarant'anni della gestione del titolare Sergio Saragoni. All'osteria del Gallo non si sbaglia: si mangia bene e l'ospitalità è senza pari. Il contesto è impeccabile: pavimenti del Seicento, tanto legno compresi i travi al soffitto, il bancone e gli eleganti tavoli della sala principale, ampi e rotondi contornati dai divanetti. Da sempre è associata storica di Confcommercio,che si unisce ai tanti che si sono complimentati con i gestori per la loro lunga storia imprenditoriale pur in mezzo alle traversie del mercato: l'ultima e più grave delle quali è la convivenza da più di un anno con la pandemia. Ma c'è qualcosa di più. L'osteria del Gallo è radicata nella storia cittadina dalla notte dei tempi, la prima metà del diciottesimo secolo, quindi costituisce a tutti gli effetti una gloria civica da conoscere, preservare e amare. La Vecchia Osteria del Gallo nacque infatti il 22 luglio 1738 nel Borgo San Sebastiano che faceva parte dello Stato Pontificio. Il bravissimo Sergio Saragoni che da quarant'anni tiene le redini delle operazioni, nel 1980 subentrò al padre Orlando e alla mamma Giulia. "Il segreto della nostra longevità? Buona cucina - afferma -, cura del cliente, clima familiare, considerare l'osteria un'appendice di casa. Certo, sono orgoglioso perché tanti vip sono venuti a mangiare al mio ristorante e fra questi Andrea Bocelli, Antonella Clerici, Romano Mussolini, Brigitte Nielsen ai tempi in cui era na bellezza mozzafiato, ma lo sono molto di più per la consolidata clientela di persone normali e semplici come lo siamo noi che abbiamo fidelizzato in tutti questi anni: questa è la nostra maggior soddisfazione e, pur in questi tempi così difficili, ma vissuti in precedenza, ci dà ogni giorno la forza di ripartire". Un applauso dunque a Sergio Saragoni ambasciatore ai tavoli, a sua moglie la Maria Luisa Fabbrini in cucina e ai figli Ilaria ed Enrico che affiancano i genitori in un'impresa familiare giunta alla terza generazione che incarna tutti i valori più belli della nostra romagnolità.

Nella foto i coniugi Sergio Saragoni e la moglie Maria Lusa Fabbrini.

LA STORIA

L'intraprendente Alessia a 22 anni apre a Taibo il secondo negozio

Il commercio precipitato nella crisi della pandemia ha in sé le forze per risollevarsi e la storia di Alessia (e Bruno) ne è una prova. In realtà la storia è di Alessia, ma nel suo felice svolgimento c'entra anche l'operato di Bruno. Sveleremo a poco a poco l'arcano. Diciamo intanto che Il 22 aprile Alessia Andreotti, socia Confcommercio, ha aperto il suo secondo negozio di generi alimentari a Taibo, frazione di Mercato Saraceno di un centinaio di abitanti, dopo che due anni fa aveva avviato a Mercato Saraceno, nel cuore del paese, "La butega dla piazza".

Rigorosamente in dialetto, la lingua dei padri, della tradizione, delle nostre radici. Brava Alessia!

La notizia, però, è un'altra. Alessia ha 22 anni! Ma quanto a dinamismo e determinazione non teme concorrenti e la nostra giovanissima negoziante ha preso una decisione clamorosa, inversa rispetto all'andamento della rete distributiva: i negozi chiudono a grappoli nei piccoli centri, specie collinari e montani, lei invece, nella frazione di Taibo, ha deciso di aprire e portare i suoi servizi. Certo, c'entra anche la pandemia, che ha riaffermato l'essenzialità di questa tipologia commerciale dei generi alimentari, che durante questo anno tremendo è stata tra le pochissime ad aumentare i fatturati e quindi c'è una domanda a cui dare risposta anche in periferia. Ma scegliendo il piccolo centro Alessia Andreotti ha dimostrato generosità, sensibilità sociale, centralità del cliente bisognoso, vicinanza alla comunità, così come la madre che la affianca nell'attività. Come dimostra senso di appartenenza alla comunità e dedizione il fatto che porti la spesa a casa degli anziani che non possono muoversi. Per questo il fatto che alla inaugurazione del nuovo negozio ci fosse la sindaca di Mercato Saraceno Monica Rossi è stato il riconoscimento che vicini ad Alessia ci sono il Comune e tutta la città, con ammirazione e gratitudine. Ma più vicino di tutti, ad Alessia, c'è stato Bruno, all'oscuro dell'articolo. Bruno Bracciaroli. "È come un secondo padre per me", ha detto la ragazza commerciante alla stampa, condividendo la gratitudine che sente nei suoi confronti. In effetti il nostro presidente di Confcommercio di Mercato Saraceno, titolare del Caffè Centrale, vanto cittadino, insieme alla moglie e alla figlia, non ha smesso un giorno di incoraggiare Alessia nelle sue scelte imprenditoriali, per il primo negozio e, ora, per il secondo. Per il bene di Alessia, e insieme per il bene di Mercato Saraceno, dei suoi abitanti. Dove fiorisce il commercio torna la primavera in città, anche durante la pandemia, e la storia di Alessia (e di Bruno) alimenta in tutti noi speranza, fiducia e un rinnovato ottimismo. Auguri per la nuova avventura e che bello essere abitanti di Taibo!

Nella foto Bruno Bracciaroli, Alessia Andreotti e la sindaca di Mercato Saraceno Monica Rossi.