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

TURISMO D'ALTA QUOTA

Una immagine del Vox Populi di Confcommercio sull' aeroporto Ridolfi e Dmc in onda su Teleromagna

IL COMMENTO

Decolla l'incoming turistico della Romagna

di AUGUSTO PATRIGNANI

Turismo d'alta quota, abbiamo intitolato il fruttuoso incontro con tanti qualificati ospiti sulle sinergie tra aeroporto Ridolfi, attività di Dmc e territorio romagnolo. Ne parliamo nel servizio a pagina 3, agli albori dell'estate e mentre la situazione sanitaria induce all'ottimismo, finalmente. Siamo orgogliosi di come sta decollando Dmc, tanto per stare in tema.

I Comuni romagnoli, c'è già chi si sta muovendo alacremente, e 'Destination Management Company (Dmc) InRomagna che ho l'onore di presiedere in nome e per conto di Confcommercio e Confesercenti di Cesena, Forlì e Ravenna, lavoreranno in stretta sinergia e in collaborazione per il rilancio e lo sviluppo dell'incoming turistico in Romagna. Questa è una delle mission di Destination Management Company InRomagna ubicata all'interno dell'aeroporto Ridolfi di Forlì. Il nostro progetto è mirato al rilancio del turismo e alla realizzazione di un sistema di promozione e vendita il più possibile aggregato per la Romagna ravennate, forlivese e cesenate.

L'opportunità che InRomagna può rappresentare per tutto il territorio di sua competenza, grazie alle collaborazioni con le realtà territoriali, consentirà di sviluppare la visibilità turistica nazionale ed estera e dello sviluppo dell'incoming romagnolo. Il nostro lavoro mira alla crescita dell'indotto e della filiera turistica: dalle strutture ricettive, agli esercizi commerciali, ai professionisti che vendono servizi turistici, ai ristoratori, alle strutture balneari. Si tratta di realizzare importanti azioni di marketing e di promozione turistica in Italia e all'estero del prodotto Romagna per approdare, attraverso un sistema innovativo di vendita, alla proposta di qualificati servizi turistici e logistici propri e, nell'ottica di dare impulso a tutto il sistema turistico, della rete di operatori qualificati del territorio, dal trasporto aereo e su gomma, ai noleggi, alle variegate esperienze turistiche.

Lo sappiamo bene: fondamentale sarà collegare in maniera efficiente ed efficace lo scalo forlivese con i territori del bacino romagnolo, e non solo per quel che riguarda il trasporto su gomma. Questa è una sfida nella sfida. Basilare è il coinvolgimento di tutti e tre gli enti locali di Cesena, Forlì e Ravenna con cui si è già avviato il confronto. Dobbiamo ragionare su una possibile strategia comune, puntare sullo sviluppo dei collegamenti, attraverso l'aeroporto di Forlì, e promuovere le diverse e complementari bellezze e opportunità dei territori cesenate, ravennate e forlivese. Serve un grande lavoro di squadra che stiamo mettendo in piedi tra istituzioni e Destination Management Company. Il Vox populi 'Turismo d'alta quota' ne è la cartina di tornasole. Cruciale sarà dare una voce il più possibile unica e unitaria a tutto il territorio di riferimento, il che non vuol dire certamente rinunciare a interventi mirati di promozione e marketing di eccellenze individuali.

Ma la forza della Romagna è il collettivo. Abbiamo un grande progetto che, da romagnoli, ci inorgoglisce: proporre in Italia e all'estero la Romagna cesenate, forlivese e ravennate come un prodotto turistico unico, ricco, completo. Qui abbiamo tutto e tanta bellezza. Su le maniche, allora, per un turismo d'alta quota.

CONFCOMMERCIO E LE ALTRE ASSOCIAZIONI

"Bene gli sconti sulla Tari, gli altri Comuni seguano l'esempio di Cesena"

Blocco delle tariffe Tari per l'anno in corso; ristori alle imprese dei settori coinvolte nelle chiusure e riduzioni sensibili di attività dall'autunno 2020, con conguagli eventualmente nelle bollette del 2021; esenzione della quota fissa e variabile per le imprese che anche quest'anno sono soggette a periodi di chiusure o riduzioni significative di attività.

Sono le richieste di Confcommercio e delle altre organizzazioni di commercio e artigianato cesenati presentate in una lettera ai sindaci cesenati nel confronto sulle politiche di bilancio e ripartenza per il post-pandemia.

"Le prime risposte - rimarca il presidente Augusto Patrignani (nella foto) - paiono essere significative. Dall'incontro svoltosi con il sindaco Enzo Lattuca e gli assessori della giunta comunale, le associazioni cesenati escono soddisfatte dopo aver appreso gli interventi tariffari che l'amministrazione comunale di Cesena si accinge ad approvare. Il Comune di Cesena, intervenendo anche con risorse del proprio bilancio, ha infatti confermato di approvare questi interventi: non aumento delle tariffe Tari per il 2021, nonostante le dinamiche di gestione degli insoluti che ha prodotto un aumento dei costi del servizio; messa a disposizione di oltre 1,6 milioni di euro di risorse per abbattere il costo della Tari 2021 per le categorie d'impresa più coinvolte da chiusura o riduzioni significative di lavoro. Le scontistiche, che coprono sia la quota fissa che la quota variabile della Tari, sono suddivise in 5 fasce, da un minimo del 20% al 100% (fino all'azzeramento della Tari)".

Più nello specifico i settori non colpiti dall'emergenza sanitaria, non avranno sconti (ad esempio grande distribuzione, supermercati, vendita generi alimentari), mentre i settori penalizzati avranno scontistiche minime del 20% (attività artigianali, studi professionali, edicole, distributori carburanti, autoriparazione), del 50% (attività del benessere, acconciatori, commercio al dettaglio), del 70% (ristoranti, bar, pubblici esercizi, agenzie viaggio, tour operator) fino all'azzeramento (100%) per associazioni ricreative, cinema, teatri, discoteche, palestre. Le utenze delle imprese si troveranno nelle bollette Tari 2021 lo storno della quota scontata in base all'attività. "Le nostre categorie del commercio, del terziario e del turismo - aggiunge Patrignani - sono tra quelle più colpite dagli effetti dirompenti della pandemia e gli sconti previsti sono un intervento equo e dovuto. Gli altri 14 comuni comprensoriali debbono seguire questa strada, uniformemente, ma l'impegno nostro e delle altre associazioni non si ferma qui: la missione compiuta, per questa delicata partita, non rappresenta un punto di arrivo: a piena tutela delle imprese abbiamo chiesto chiesto all'amministrazione comunale di mantenere il confronto sulle prospettive della Tari per approdare alla agognata tariffa puntuale, vale a dire la tariffa calcolata in base alla

reale quantità dei rifiuti prodotti e per le modifiche regolamentari che devono recepire le nuove regole ambientali, senza che vengano penalizzate le piccole imprese. Continueremo anche la nostra interlocuzione per chiedere un'uniformazione delle tariffe per quel che attiene attività similari in comuni vicini e limitrofi, troppo spesso differenti anche in modo rilevante, pur su locali analoghi e di medesima metratura. Un'aporia che deve essere eliminata".

"Sarebbe anche bene proseguire con le prassi virtuose nel settore dei tributi locali - conclude il presidente Confcommercio Patrignani - intervenendo su un totem: la aliquota massima dell'Imu per le attività produttive che il Comune di Cesena prevede ormai da molti anni e nel 2012 si disse che aveva senso come contribuzione nell'anno del nevone. Ne sono trascorsi ormai dieci. Ci sono Comuni minori che invece l' Imu la applicano con aliquote più basse e in questo caso è il comune di Cesena che si deve uniformare a loro".

IL COMMENTO

Rigenerazione della città per il post pandemia

In un celebre discorso pronunciato pochi mesi prima di essere vittima di un attentato, Robert Kennedy, fratello di John e candidato alle presidenziali statunitensi del 1968, affermò che per uno Stato degno di essere ritenuto tale, più importante del Pil (il Prodotto interno lordo) è il Bil (il benessere interno lordo). Una riflessione che fece epoca e che è divenuta universalmente valida. Esiste anche un benessere interno lordo nella vita urbana correlato alla qualità della vita dei cittadini e in questo ambito si iscrive la virtuosa pratica della rigenerazione urbana, qualcosa di più mirato e strategico della ordinaria riqualificazione. I progetti di rigenerazione che mirano a recuperare e rifunzionalizzare luoghi della città caduti in disuso, degradati o sottoutlizzati, sono al centro dell'attività del Cat Ascom Servizi che ha avviato un nuovo intervento conoscitivo e propositivo per il rilancio del centro storico e del commercio che unitamente agli istituti culturali, costituisce la funzione essenziale vivificatrice dell'area natica cittadina. Si sta completando l'analisi dei questionari somministrati a utenti e negozianti per recepire istanze, suggerimenti e indicazioni sul varo di progetti rigenerativi partecipati, sui quali il Cat Ascom Servizi ha già avviato il confronto con l'amministrazione comunale di Cesena. La novità di questo progetto è il coinvolgimento di tutti i partner istituzionali, ma non solo: anche degli attori sul campo, clienti e commercianti e verranno coinvolti anche i proprietari di immobili per favorire, laddove si rende necessario, la rigenerazione piena degli edifici. Un progetto corale che prende corpo "dal basso".

Confcommercio si prefigge la crescita del bello urbano: non solo da osservare, ma da vivere. poiché come abbiamo sempre detto la città non è un museo, ma un ambito di interscambio dinamico in cui il tessuto rigenerato si pone come luogo di incontro e relazioni. E nulla più del commercio al dettaglio, in ambito urbano, presuppone e favorisce incontro e relazioni. La rigenerazione si allarga quindi, al di là degli edifici, al nostro stesso modo di vivere: dopo lo stand- by della pandemia vogliamo tornare a riappropriarci pienamente della socialità e e della dimensione comunitaria dentro la città. Rigenerando la città rigeneriamo noi stessi.

Augusto Patrignani,
presidente Confcommercio cesenate

LE PROPOSTE DI CONFCOMMERCIO PER MIGLIORARE IL TRIBUTO

Rivedere la ripartizione tra utenza domestica e non domestica

di GIORGIO PIASTRA

Nei mesi scorsi Confcommercio nazionale ha redatto una indagine sulla Tari corredandola con tutta una serie di proposte elaborate in sinergia con le associazioni territoriali.

Tra queste spicca la richiesta agli enti locali di introdurre nel regolamento comunale criteri premiali per il raggiungimento di elevati standard di rifiuto differenziato riconoscendo i comportamenti virtuosi, come il conferimento diretto presso eco-centri, e gli investimenti effettuati, quali le mini-compostiere, che rappresentano modalità a basso costo per garantire un rapido progresso della raccolta differenziata, oltre a un criterio equo e meritocratico nei confronti degli utenti. Altre proposte sono forme di abbattimento e riduzione del tributo in cambio di comportamenti virtuosi di autoselezione e autoconferimento delle frazioni differenziabili da parte delle utenze non domestiche a elevata produzione di rifiuto di differenziabile; la richiesta che non vengano considerati nella superficie imponibile gli spazi e le aree scoperte (ad esempio il piazzale esterno autosaloni o le grandi aree espositive dei mobilifici) che per loro natura non producono rifiuti né i rifiuti avviati autonomamente a smaltimento.

Confcommercio spinge per avviare anche la realizzazione di campagne di pesatura periodica dei rifiuti prodotti da ciascuna categoria di utenza per superare le logiche presuntive. Un obiettivo che da anni proponiamo di conseguire è l'adozione della tariffa puntuale, commisurata alla effettiva quantità di rifiuto conferito, e articolata in base alla qualità dello stesso.

Un nodo spinoso riguarda la ripartizione tra utenza domestica e non domestica che Confcommercio chiede sia basata su dati oggettivi. L'ente locale, infatti, dovrebbe ripartire tra le categorie di utenza domestica e non domestica l'insieme dei costi da coprire secondo criteri razionali, tenendo conto delle caratteristiche delle diverse zone del territorio comunale, ed in particolare alla loro destinazione a livello di pianificazione urbanistica e territoriale, alla densità abitativa, alla frequenza e qualità dei servizi da fornire. Spesso nelle delibere comunali tali criteri oggettivi vengono ignorati e non viene motivata la scelta di ripartizione operata. Risultato: la struttura della Tari continua a determinare tariffe sulla base di coefficienti di produzione potenziali e non sui reali quantitativi di rifiuti prodotti. Fondamentale dunque rivedere la struttura del sistema di prelievo affinché vada a riflettere in modo puntuale la reale produzione dei rifiuti da parte delle utenze domestiche e non domestiche.

CONFRONTO SULLO SVILUPPO DEL SETTORE AL VOX POPULI DI CONFCOMMERCIO

Turismo d'alta quota con aeroporto Ridolfi e Dmc

L'aeroporto di Forlì col polo tecnologico aeronautico che vi fa capo, unico nel Paese, come risorsa strategica romagnola grazie anche all'operato congiunto della promo-commercializzazione di Dmc, la società avviata da Confcommercio e Confesercenti di Cesena, Forlì e Ravenna, che promuove e vende i servizi turistici legati all'aeroporto, ma non solo.

Se ne è parlato ad un incontro promosso da Confcommercio cesenate su Teleromagna, intitolato "Turismo d'alta quota", a cui hanno preso parte Augusto Patrignani, presidente Confcommercio comprensorio cesenate e presidente di Dmc nei panni di padrone di casa; Alessandro Sozzi, direttore dell'areoporto Ridolfi; Monica Ciarapica, presidente provinciale Confesercenti Ravenna, Roberto Zoffoli, direttore di Dmc In Romagna. Si sono collegati anche Giuseppe Silvestrini, presidente dell'areoporto Ridolfi; Fabrizio Albertini, presidente Confesercenti di Cesenatico e titolare dell'hotel Savoi; Mauro Mambelli, presidente provinciale Confcommercio Ravenna; Giancarlo Corzani, presidente Confesercenti Forlì, Roberto Vignatelli, presidente Confcommercio Forlì e dulcis in fundo, con ottime notizie sanitarie Mattia Altini, direttore Ausl Romagna.

Il direttore dell'aeroporto Sozzi ha illustrato l'operatività già in essere del Ridolfi, con quattro compagnie low cost operative e voli attivi verso il Sud (Trapani, Catania, Palermo, Cagliari), Monaco - anche come scalo per la prosecuzione di voli intercontinentali, e altre prossime mete europee fra cui Londra e Parigi.

"A breve - ha assicurato Sozzi - partiranno i collegamenti e le navette verso ii territorio romagnolo. Attorno al Ridolfi ruota la scuola di volo, Itaer, l'Università di Bologna con la facoltà di Ingegneria aerospaziale, un background unico in Italia attorno a cui sviluppare crescita, collegamenti e occupazione".All'interno del Ridolfi, Dmc In Romagna ha un ufficio e un front office nell'aerostazione: entrambe le postazioni sono attive negli stessi tempi in cui sarà operativo l'aeroporto forlivese "Con la riapertura dell'aeroporto portiamo ottimismo e rinascita dopo un anno e mezzo durissimo: un'operazione straordinaria", ha detto il presidente Silvestrini. Dal canto suo il direttore Zoffoli ha delineato le strategie operative di Dmc, mentre gli esponenti di Confcommercio e Confesercenti di Cesena, Forlì, Ravenna hanno rimarcato la lungimiranza dell'operazione. "Le due organizzazioni - hanno convenuto e ha ribadito il presidente di Dmc e di Confcommercio cesenate Patrignani - hanno avviato per la prima volta insieme una sinergia straordinaria che intende dare organicità e valorizzare la Romagna nella sua unicità, dal porto di Ravenna meta di croceristi, alle bellezze artistiche di San Domenico e della Malatestiana e all'attrattività della Riviera e dei turismi integrati di tutto il variegato territorio, in cui in quello cesenate spicca anche quello dell'Alto Savio, collegato all'alta Valle del Bidente. Bisogna però affrontare con efficacia il nodo infrastrutturale, decisivo per tesorizzare le nostre attrattive turistiche di sistema".

Non è mancato anche un accenno all'avvio di una stagione turistica rivierasca con grandi aspettative ma anche con problematiche come la ricerca non di rado insoddisfatta di lavoratori negli alberghi. Il presidente di Confcommercio Forlì Roberto Vignatelli si è rallegrato della scelta di 'Italo' di fissare scali dei suoi treni a Forlì auspicando una scelta similare per le frecce rosse da parte di Trenitalia. Al termine dell'incontro, l'epilogo più bello: è anche intervenuto il direttore sanitario dell'Ausl Romagna Mattia Altini che ha avuto parole molto confortanti sullo scenario della pandemia nel futuro prossimo". "Dei contagi in netto calo sappiamo - ha detto - grazie alla vaccinazioni. Da novecento al giorno che siamo giunti a registrare nel territorio dell'Ausl Romagna si è scesi a una cinquantina, assistiamo alla decompressione dei reparti ospedalieri dedicati al Covid-19 e contiamo di raggiungere l'immunità di gregge in autunno con la fondata speranza di poter dire che quello della pandemia sarà un film finito".

Nelle foto alcuni momenti dell'incontro "Turismo d'alta quota" con i tanti protagonisti.

SI ACUISCE IL FENOMENO DELLA CARENZA DI PERSONALE

Pubblici esercizi, difficile ripartenza e manca la manodopera

di ANGELO MALOSSI e VINCENZO LUCCHI*

I pubblici esercizi sono stati uno dei settori più penalizzati dall'arrivo del Coronavirus: il risultato di restrizioni e chiusure è stato quello della cessione di molte attività, con la conseguente perdita di lavoro per tanti addetti. Un quadro piuttosto negativo, più volte segnalato dalle associazioni di categoria, con la Federazione italiana pubblici esercizi in prima linea. Ora si parla di ripartenza, ma sarà faticosa: la crisi economica legata alla pandemia ha duramente colpito il settore del terziario. Sono andati in fumo consumi per 130 miliardi di euro e 1,5 milioni di posti di lavoro. Ora bisogna dare alle imprese la possibilità di ripartire e l'unica medicina è il ritorno alla normalità. Il percorso è lungo e, probabilmente, si chiuderà solo nel 2023. Va dato atto e merito al premier Draghi,di aver centrato i suoi due grandi obiettivi di governo. Il primo era un avanzamento del piano di vaccinazioni e i numeri che leggiamo oggi sono assolutamente confortanti. L'altro era ultimare e presentare il Pnrr, cosa che è stata fatta con un piano di qualità in cui le mission italiane ed europee sono state ben declinate. Al di là di questa premessa siamo anche consapevoli che nessun intervento pubblico avrebbe potuto compensare i danni ingenti di natura economica causati dalla pandemia. Questo evidentemente ha lasciato delle piaghe spaventose nei nostri settori. Tra le piaghe c'è certamente il fardello del debito che rimane il vero grande problema che le nostre imprese saranno chiamate a gestire nei prossimi mesi e che richiede provvedimenti più coraggiosi sui temi della liquidità. Adesso, infine, bisogna dare alle imprese la possibilità di ripartire e l'unica medicina è il ritorno alla normalità.

Quello della mancanza di manodopera era un problema prevedibile, è un effetto indiretto della crisi economica. Le aperture ad intermittenza di molte attività in determinati settori, in particolare in quello mondo del pubblico esercizio e della ristorazione, ha creato precarietà e mancanza di prospettive. L'assenza di certezze ha fatto sì che, alla prima occasione, molte persone abbiano cambiato settore di lavoro. Solo il settore del turismo ha perso 514mila unità di lavoro, ossia 350mila persone. Il problema investe anche il nostro territorio cesenate e rivierasco e per vane piena contezza è utile un approccio che rifugga da stereotipi e faciloneriall dato più preoccupante è quello dei 115mila lavoratori a tempo indeterminato che hanno abbandonato il settore ricettivo,

che sono stati conteggiati da una indagine di Confcommercio. Ecco perché sono necessarie politiche attive per il lavoro, andando oltre la discussione sul blocco dei licenziamenti o sul prolungamento degli ammortizzatori sociali. Bisogna parlare di riconversione professionale, di un superamento del mismatch tra domanda e offerta di lavoro, della formazione continua. Bisognerebbe poi prevedere per un settore come il nostro che sta perdendo occupati anche degli sgravi contributivi per un periodo determinato.

***Presidenti Fipe cesenate**

IL PLAUSO DEL PRESIDENTE DI CONFCOMMERCIO

Cesenatico, più controllo delle forze dell'ordine

di GIANCARLO ANDRINI

Confcommercio di Cesenatico si compiace per risultati ottenuti in termini di sicurezza pubblica grazie all'azione del Comune di Cesenatico e del sindaco Matteo Gozzoli in sinergia e collaborazione con le associazioni di categoria, dopo i gravi episodi verificatisi in piazza Costa e Giardini al Mare: risse, casi non sporadici di ubriachezza, aggressioni e in generale riprovevoli episodi di disordine pubblico.

Il posto estivo di polizia, in via Leonardo da Vinci, per il secondo anno di fila pare non sarà aperto, ma tutte le sere saranno presenti varie pattuglie provenienti da Forlì e Cesena e ciò favorirà l'implementazione di ordine pubblico e sicurezza. Il questore di Forlì-Cesena Lucio Aprile ha firmato una ordinanza in cui dispone servizi straordinari di vigilanza serali e notturni dedicati al controllo del territorio, con monitoraggi quotidiani. D'altronde come Confcommercio ha già detto più volte le forze dell'ordine devono potersi spostare sul territorio in base alle reali necessità, per eventi, manifestazioni, casi eccezionali, ma anche perché in estate i comuni costieri della nostra Provincia possono contare fino a trecentomila presenze giornaliere, contro i circa centomila, ad esempio di Cesena o Forlì, diventando di fatto la fascia del territorio provinciale con maggiore concentrazione di persone. Non c'è turismo e non c'è ospitalità senza sicurezza, quindi per Confcommercio di Cesenatico nulla va lasciato d'intentato per assicurare la massima protezione al territorio e reprimere i fenomeni di vandalismo, teppismo e microcriminalità.

LONGIANO, CONCLUSI I LAVORI NEL BORGO

Incentivi alle attività per i disagi del cantiere

Si sono conclusi a Longiano i lavori di riqualificazione della via principale Borgo Fausto e il 9 giugno la strada è stata riaperta. Il Comune di Longiano, per compensare i disagi subiti dalle attività economiche e per i danni per diversi mesi durante lo svolgimento dei lavori, ha messo a disposizione 20mila euro che soddisferanno circa una decina di imprese interessate.

Per Confcommercio si tratta di un importante intervento di abbellimento del borgo antico di Longiano, dove l'auspicio è quello di un ripopolamento commerciale."I lavori di via Borgo Fausto – ha messo in luce il sindaco di Longiano Ermes Battistini - sono parte integrante di un ampio progetto di riqualificazione di tutto il centro storico a cui seguiranno quelli nei giardini pubblici del centro e in piazza San Girolamo. Lo scopo è di rendere più attrattivo e frequentato il centro storico, per valorizzare ancora di più musei, teatro e chiese storiche, e rendere il borgo più attrattivo interessante e funzionale".

Per la riqualificazione di via Borgo Fausto la spesa è stata di 350mila euro.

Nella foto l'inaugurazione della via riqualificata

'DOLCE ESTATE' A SAVIGNANO

Cento eventi estivi in centro

di PAOLO VANGELISTA

Cento eventi estivi a Savignano, tagliati quelli con più affollata partecipazione per la lotta al Covid come Wine Festival, Piadiniamo, la Notte Romana. La rassegna promossa dal Comune si chiama 'Dolce Estate'. Confcommercio di Savignano è lieta che in centro storico si risvegli la vita durante l'estate grazie a una serie variegata di eventi che riporterà nel cuore di Savignano i visitatori e a cui daranno il loro fondamentale contributo anche ristoranti e pubblici esercizi coinvolti direttamente anche in alcuni appuntamenti di intrattenimento.

CONFCOMMERCIO DI SAVIGNANO SODDISFATTA

Con la bretella via Emilia più scorrevole

di ROBERTO RENZI

Alla Conferenza preliminare dei nove sindaci dell'Unione Rubicone e Mare è stato adottato un accordo di programma che prevede la realizzazione della bretella, una maxi opera, che collegherà la via Emilia dall'ingresso della città di Savignano ubicato all'altezza di San Giovanni in Compito, con il casello autostradale Valle del Rubicone. L'intervento consentirà di alleggerire il traffico soprattutto pesante che attualmente attraversa il centro di Savignano, una storica istanza di Confcommercio savignanese che da più lustri chiedeva di ridurre i disagi.

VADEMECUM CON UN DECALOGO DI COMPORTAMENTI DA ADOTTARE

Truffe e raggiri, Confcommercio collabora con i carabinieri

Confcommercio cesenate, sostiene la campagna di sensibilizzazione promossa dal tenente colonnello dei Carabinieri Sabato Simonetti (nella foto), sulle fasce più deboli della popolazione, attraverso la distribuzione capillare di un agile vademecum con un decalogo di comportamenti virtuosi da adottare per contrastare truffe, raggiri e fenomeni di delinquenza in generale. "Come tante altre volte abbiamo fatto in passato - rimarca il presidente Confcommercio cesenate Augusto Patrignani – Confcommercio è a fianco delle nostre forze dell'ordine, ammirevoli per impegno e abnegazione, per arginare il fenomeno delle truffe e dei crimini in genere ai danni di anziani e fasce deboli, che è purtroppo al centro di una recrudescenza nel territorio cesenate".

FIVA CONFCOMMERCIO SODDISFATTA DELLE MIGLIORIE E DEL LAVORO COLLEGIALE

Mercato di Cesenatico, confronto positivo

Fiva Confcommercio cesenate prosegue nel suo impegno per il miglioramento dei servizi del mercato ambulante di Cesenatico attraverso la rigenerazione partendo dal miglioramento dell'arredo urbano e dalla sistemazione del manto stradale. La collaborazione avviata è molto positiva e l'auspicio di Fiva Confcommercio è che le migliorie introdotte proseguano indirizzandosi alla riorganizzazione dei posteggi e creando un'apposita area dedicata alla merceologia alimentare come richiesto da normativa regionale,, in modo tale da creare un ben definito comparto a sé stante. Per la collaborazione costante e proficua che sta dando risultati concreti nell'opera di ottimizzazione dei servizi mercatali, Confcommercio ringrazia Claudia Ferri, ispettore capo della Polizia Municipale di Cesenatico, e i suoi collaboratori sempre attenti alle esigenze del comparto ambulante.

Nella foto il mercato ambulante di Cesenatico

DA OGGI A DOMENICA, TORNANO I COMMERCIANTI SAGRISTI SU AREE PUBBLICHE

Cesena in festa, il gran ritorno di San Giovanni

Commercianti e ambulanti protagonisti a San Giovanni, la fiera cittadina che torna oggi, fino a domenica, per quattro giorni, con un assetto dei banchi distanziato e in sicurezza nel rispetto dei protocolli anti-covid, dopo la sospensione della sagra nel 2020. Confcommercio ha dato il suo contributo alla promozione dell'evento dam arte di Comune e Cesena in Fiera nell'ambito del team In Cesena.

Il Comune ha ribattezzato l'evento "Cesena in festa", una manifestazione già presente e viva nel 1638. Si tratta della ventisettesima edizione della fiera promossa su più giorni con numerose novità di questa edizione che punta a valorizzare le aree più ampie, liberare le vie più strette e utilizzare nuove zone.

Ai Giardini di Serravalle saranno presenti una decina di food truck, con cibi di strada, selezionati per qualità e specialità, affiancati da alcuni produttori di birra. Il percorso sarà segnato dai fantasiosi banchetti di artigiani creativi, mentre un angolo sarà dedicato agli oroscopi delle cartomanti ed alle tradizioni del solstizio d'estate.

Dalle 20,30 si esibiranno piccole formazioni di musicisti dai diversi stili e generi musicali: blues, jazz, rock'nroll e altri ancora.

Organizzato dal Comune di Cesena, si terrà al chiostro di San Francesco, alla cerimonia di consegna del Premio Malatesta Novello 2020, che lo scorso autunno, a causa dell'emergenza sanitaria, non ha avuto luogo come da tradizione nella Biblioteca Piana. Nel 2020, l'amministrazione comunale ha conferito il prezioso riconoscimento a tre eccellenze cesenati della moda, della ricerca scientifica e del settore medico-chirurgico: Francesca Bellettini, Marcello Ceccaroni e Alberto Sensini. La cerimonia si terrà venerdì 25 giugno al chiostro di San Francesco, a partire dalle 20,30.

Come sempre scudi, anche in questa edizione, i simboli tipici della festa: i fischietti, la lavanda e l'aglio. I banchi dei venditori ambulanti fieristici (150-200) coloreranno il centro storico come da tradizione. Per Confcommercio è un momento di grande gioia perché molti imprenditori ambulanti tornano al lavoro dopo tanti, troppi mesi di stop. Le vie occupate dai banchi saranno viale Mazzoni, via Pio Battistini, via Fratelli Rosselli, via Battisti, via Carbonari e corso Mazzini.

Fondamentale, come sempre, il ruolo dei negozi al dettaglio che contribuiranno a creare il clima della festa e che si affacceranno con la merce anche negli spazi attigui, grazie al suolo pubblico gratuito concesso dal Comune di Cesena grazie all'intervento di Confcommercio a Piazza della Libertà all'incrocio semaforico con via Battisti l'intera area sarà pedonalizzata.

Nella foto tratta dalla pagina facebook Cesena di una volta un'immagine della fiera di San Giovanni del passato e del tradizionale fischietto rosso. Quest'anno si svolgerà con banchi distanziati e il rispetto del protocollo anti-Covid.

Riecco l'autosalone in piazza della Libertà

C'è qualcosa di nuovo, anzi d'antico in piazza della Libertà. Torna da oggi, per 'Cesena in festa' l'autosalone con protagoniste le seguenti concessionarie: F.lli Magnani con Opel, Dr, Evo; Autosat con Lancia e Fiat; Romagnauto con Volvo, Jaguar, Land Rover; Reno Motor Company con Lexus e Toyota; F.lli Benelli Peugeot, Seat, Skoda; Ricci due Honda e Mazda; Autoplaya con Hyundai e Citroen; Ferri con Ford. L'allestimento, come sempre molto curato, sarà color lavanda, con la moquette sotto le auto e le fioriere con la lavanda. Gli autosaloni sono una risorsa del territorio e la categoria è parte integrante della grande famiglia Confcommercio. Il gran ritorno dell'autosalone a cielo aperto arricchisce la rediviva Cesena in festa.

L'AMBULANTE ELISABETTA MORSIANI DI 'MANOLO STREET FOOD'

"Riapriamo finalmente lo stand dopo venti mesi di fermo"

"L'ultima fiera che facemmo risale all'ottobre del 2019 in un comune emiliano, prima avevamo avuto lo stand del cibo di strada a Cesena. Poi arrivò il covid-19 e ci siamo fermati. Per tanti mesi, 17. Ora ripartiamo con la fiera di San Giovanni" da oggi a domenica, quattro giorni di un nuovo inizio, speriamo.

Elisabetta Morsiani, 41 anni, con il compagno, è imprenditrice titolare di Manolo Street Food, impresa commerciale su area pubblica con vendita di pregiata carne argentina. Ha gestito anche per qualche tempo un ristorante in via Caporali per poi tornare pienamente alla attività di ambulante sagrista che le si attaglia congeniale, per bravura, disponibilità al sacrificio e capacità di relazione.

"Il nostro pezzo forte - dice - è la bontà, la fragranza, l'unicità della carne che tagliamo in loco a vista sotto l'occhio del cliente dopo che ha fatto l'ordine. Niente di precotto, solo carne di massima qualità anche per quella di maiale. Non voglio parlare male di nessuno, ma noi stiamo su standard alti, come si deve fare. La reputazione viene prima di tutto. Per chi fa il mio mestiere itinerante, quando torniamo con lo stand nella sagra, la soddisfazione più grande è vedere il cliente che ritorna. E lo riconosciamo, statene certi".

Tanti mesi senza lavoro. Come siete andati avanti?

"Ho fatto altri lavori occasionali per aiutare la famiglia ad andare avanti, ci siamo arrangiati come si è costretti a fare quando non ci sono redditi in entrata. Confcommercio e i suoi rappresentanti ci sono stati vicino, ci hanno incoraggiato, ed è stato un soccorso morale importante che mi ha commosso. Eravamo in ogni momento pronti a ripartire, ma eravamo bloccati dalla pandemia, come sentirsi in gabbia. Ora è venuto il momento".

Con la fiera di San Giovanni, quella più bella e importante della città.

"Certo, saremo alla fine di viale Mazzoni vicino al bar-pasticceria sul ponte di San Martino, nel nuovo assetto dei banchi della fiera. Gran bello spazio al termine del viale alberato. Il nostro stallo abituale in piazza Fabbri accanto al Ridotto è occupato dalle sedute e dai tavolini del Babbi Caffè spostati in seguito alla chiusura di piazza Almerici per lavori, ma contiamo di ritornarci l'anno prossimo".

Come proseguirà il lavoro durante l'estate?

"Noi siamo ambulanti sagristi gastronomi su tutto lo stivale e andremo subito dopo a Trieste. Finalmente ci rimettiamo in moto. Per il resto stiamo aspettando l'approntamento dei calendari da parte dei Comuni ancora restii a concedere le piazze pur in questa fase di netto miglioramento della situazione pandemica grazie ai vaccini e alla estate. Nel nostro settore la ripartenza è lenta e farraginosa, ma l'importante è non star fermi: lo stiamo stati troppo a lungo. Siamo pronti ad andare dovunque dove è possibile, con la nostra carne. Con più lavoreremo, con più recupereremo e meglio sarà. Già poter ripartire in città è una grande iniezione di fiducia" .

Nella foto Elisabetta Morsiani e il suo compagno al lavoro nel loro stand

AVVIATA IL 15 GIUGNO CON I BANCHI DI ANTIQUARIATO

Fiera del martedì, l'attrazione di Bagno di Romagna

Si è riavviata da martedì 15 giugno per il ventottesimo anno consecutivo la Fiera del martedì a Bagno di Romagna, caratteristico mercatino che anima, dal tardo pomeriggio, la bella piazza e il centro storico di Bagno di Romagna. Per le vie del paese sarà possibile passeggiare in sicurezza tra i banchi, poter trovare pezzi di antiquariato, cose usate, collezionismo, oggetti dell'artigianato artistico, produttori agricoli locali e momenti d'animazione che allietano le serate estive tutti i martedì dalle 17 alle 23 fino al 22 settembre. Un appuntamento storico che si estende lungo una ampia fetta di centro storico di Bagno di Romagna, precisamente in piazza Ricasoli, via Fiorentina, via Manin e via Palestro. L'inizio del tradizionale mercatino del martedì viene a coincidere a Bagno di Romagna con l'avvio della stagione estiva dentro un'accelerazione della ripartenza, favorita dalla campagna vaccinale, per l'intero comparto turistico del nostro territorio.

Inoltre è per noi un orgoglio evidenziare che è la prima Fiera autorizzata "post covid" in Romagna.

"Si tratta di uno degli eventi identitari di Bagno di Romagna e dell'Alta Valle del Savio - rimarcano il presidente Confcommercio di Bagno di Romagna Giuseppe Crociani e Alverio Andreoli, il presidente di Fa Eventi, l'ente promotore di cui fanno parte Fiva Confcommercio e l'altra associazione di categoria -: un appuntamento di notevole attrazione per tutta la vallata, e anche sul versante toscano, una delle iniziative più longeve a Bagno di Romagna, in cui nell'ideale scenario del centro cittadino i banchi ambulanti offrono un'occasione di svago, socialità e opportunità di acquisti tradizionalmente molto graditi a visitatori e acquirenti. La Fiera del martedì si inserisce di diritto tra i grandi catalizzatori dell'offerta turistica grazie anche alla sinergia con i comuni vicini della Valle che non hanno mai mancato di sostenere l'evento nel corso degli anni. Come l'anno scorso la Fiera si svolge nel pieno rispetto dei protocolli anti-contagio, col distanziamento, i controlli e tutte le cautele che permettono di poter fruire di un'occasione piacevole di svago. Il successo dell'iniziativa nasce anche grazie ai frutti del pieno raccordo tra operatori privati protagonisti e amministrazione comunale che non ha mai mancato di sostenere lo svolgimento della fiera, mettendola nelle condizioni di accrescere sempre più negli anni il suo appeal".

"Basilare - aggiungono Crociani e Andreoli - anche in questa occasione è risultato il raccordo con l'amministrazione comunale e tutto il territorio. Il merito principale di questo successo sempre crescente è dei commercianti su area pubblica che con la loro professionalità, dedizione e spirito dinamico e innovativo sono nuovamente protagonisti di un evento molto amato nel territorio".

Nella foto la nuova edizione della Fiera dei martedì a Bagno di Romagna da destra il presidente Confcommercio di Bagno di Romagna Giuseppe Crociani, il presidente di Fa Eventi Alverio Andreoli e Thomas Palazzi, dell'agenzia eventi Mixer,

L'INCONTRO / MARINELLA POGGIOLI TITOLARE DI UN GENERI ALIMENTARI A BORELLO

"Il negozio di paese, una cosa bella della vita"

Vado a fare la spesa dalla Marinella. A Borello, la laboriosa frazione cesenate al confine con il comune di Mercato Saraceno è una delle frasi ricorrenti, perché Marinella Poggioli è una istituzione, in sé e per quello che rappresenta. Socia storica di Confcommercio cesenate, è titolare del negozio di generi alimentari nella strada principale che taglia il paese, proprio di fronte alla chiesa. Il negozio che porta il suo nome, ma universalmente noto come 'Dalla Marinella'. Confcommercio ha scelto lei, per questo breve ma intenso incontro, perché rappresenta simbolicamente il valore genuino, inestimabile e irrinunciabile dei piccoli commercianti al dettaglio, dei negozianti della porta accanto, risorsa da salvaguardare e rinvigorire perché un'eventuale loro scomparsa significherebbe una sorta di nuovo irrisolvibile lockdown urbano; e abbiamo già dato, vero?

"Lavoro in bottega da quarant'anni - si racconta Marinella - e ne ho 62, inutile tener nascosta l'età. Entrai da ragazzina ad affiancare la mamma Luciana che aveva rilevato un negozio di generi alimentari storico del paese, che risale all'epoca del fascismo, gli anni Trenta e mi è sempre piaciuto avere l'attività in un posto storico. La mamma è stata in negozio fino a qualche tempo fa, accanto a me, io stesso sono pensionata, ma sono ancora giovane e proseguo il lavoro. Mi piace, la bottega è la mia seconda casa. Prima la famiglia, poi il lavoro. I miei due amori".

"Durante il lockdown e in questi lunghi mesi della pandemia per noi generi alimentari è andata bene, certo - afferma -, nel senso che di cibo c'era bisogno e lo abbiamo venduto. Io l'ho anche portato a domicilio quando non ci si poteva spostare, oppure a casa degli anziani soli. Ma non è tutto oro quel che riluce e adesso cominciamo a segnare un po' il passo. Ai supermercati e all'iper si accede regolarmente, nei piccoli negozi si deve fare la fila fuori per entrare uno alla volta e la gente si stufa. In ogni caso, chi fa il mio mestiere non deve fare concorrenza alla grande distribuzione, ma deve caratterizzarsi per i prodotti di qualità dai salumi ai formaggi e alla verdura. I romagnoli tagliano le spese da altre parti, ma vogliono mangiare bene anche in casa. A molti piace andare a fare la spesa e conversare: i miei clienti hanno piacere che sveli loro la provenienza della merce, che dica che i fagiolini sono della Mirella, le altre verdure dell'altro agricoltore e così via. Conosco tutti i contadini della zona e mi servo da loro e quando vendo la verdura e la frutta sono io a fare l'etichetta con le mie spiegazioni. Noto con piacere che anche i giovani sono attentissimi a questo aspetto della alimentazione curata con la scelta dei cibi migliori. Non sono solo una negoziante che vende, ma voglio offrire al cliente ciò che di meglio si può dare e illustrare con trasparenza che cosa finisce nelle loro tavole".

"Le cose che non vanno? Tante - aggiunge la negoziante Marinella Poggioli -. Servono più incentivi per i negozi al dettaglio: l'agricoltura, che io capisca, è più tutelata rispetto al commercio. Io vorrei che i giovani provassero gioia e avessero il coraggio di aprire negozi, ma servono aiuti. La mia associazione, Confcommercio, si batte bene, dobbiamo portare a casa risultati".

"A Borello i negozi al dettaglio in generale tengono, ma c'è chi molla e ci sono brutte avvisaglie - aggiunge Marinella -: non ci sono più la merceria e il negozio di scarpe e varie altre tipologie commerciali e questo è un male. Noi qui siamo sempre stati un grande centro commerciale a cielo aperto e mi spiace che ci siano categorie che perdono negozi. I miei clienti sono della zona, tanti fidelizzati, altri vanno e vengono, molti tornano. Il negozio sotto casa o vicino è una valore dei nostri paesi. Io sono orgogliosa di essere commerciante. Il mio è un lavoro nobile, e cerco di onorarlo ogni giorno. Voglio che i miei clienti siano soddisfatti. Sono sola in negozio, c'è da fare, ma non cambierei questo mestiere con nessun altro. Noi negozianti siamo molto affiatati fra noi e insieme con la Pro Loco locale prima del Covid organizzavamo vari eventi, dalle luminarie natalizie agli intrattenimenti e torneremo a farlo".

Nelle foto Marinella Poggioli fuori dal negozio e la mamma Luciana con il marito

CARENZA DI MANODOPERA IN RIVIERA, CONFCOMMERCIO ALLARMATA

Albergatori e pubblici esercizi, sos stagionali

Nella riviera Adriatica e anche in quella cesenate che ne è parte integrante mancano all'appello settemila lavoratori stagionali, ben cinquemila nel settore ricettivo, balneare e negli alberghi e i restanti duemila nel settore della ristorazione.

La allarmante stima diffusa in queste settimane, a cui ha fatto seguito un acceso dibattito, preoccupa la Confcommercio. La flessione degli stagionali non riguarda soltanto l'Emilia-Romagna, ma si configura come un vero e proprio problema nazionale, ma nella nostra riviera romagnola comincia ad avvertirsi in modo rilevante. Federalberghi indica in duecentomila unità la carenza degli stagionali nel settore viaggi e ospitalità. Le ragioni di questa carenza di manodopera sono molteplici ed è doveroso avviare una riflessione seria e approfondita.

"La crisi pandemica e il rallentamento delle attività per lunghi mesi di alcuni settori chiave della nostra economia - rimarcano il responsabile Confcommercio di Cesenatico Roberto Fantini e la presidente di AeRre, il sindacato dei ristoratori di Cesenatico, Monica Rossi (nelle foto)- come il turismo e l'ospitalità, ha spinto molti lavoratori stagionali a cercare occupazione altrove: in agricoltura, per esempio, o nei cantieri privati e in edilizia che è ripartita con i superbonus. La difficoltà a incrociare domanda e offerta di lavoro si è acuita, ma gli effetti del Covid-19 e probabilmente anche l'entrata in vigore a pieno regime del reddito di cittadinanza hanno accentuato negli ultimi due anni anche un'altra realtà che andrebbe approfondita: c'è chi preferisce magari percepire il sussidio che trovare un lavoro che garantirebbe un reddito inferiore. Un'altra ragione di questa difficoltà a reperire la manodopera si spiega con la incertezza a lungo aleggiante a causa dello sviluppo dell'emergenza pandemica sulla ripresa delle attività della filiera turistica e della ristorazione, che ha contribuito a indirizzare altrove la manodopera, col risultato che le imprese del settore ora scontano non poche difficoltà".

PASQUALE GUARINO IN VIALE DELLE NAZIONI A CESENATICO

"Ho aperto a 19 anni il mio bar la perla"

Spicca come uno dei titolari più giovani in circolazione nel nostro territorio Pasquale Guarino, 19 anni (nella foto), che il 1° giugno ha aperto il bar pubblico esercizio in viale delle Nazioni nella parte che fa capo dal comune di Cesenatico.

"Ho 19 anni - dice - e sono nato a Napoli, ma da 12 anni risiedo a Sant'Angelo di Gatteo. Nel locale mi affiancano un barista e mia madre in cucina, siamo aperti dal lunedì al giovedì dalle 7 alle 2 di notte e dal venerdì alla domenica dalle 7 alle 3 di notte. Il mio è un locale giovane per giovani e per tutte le età, con una particolare attenzione a organizzare intrattenimento e musica live oppure con i dj nel pieno rispetto dei protocolli che però adesso finalmente consentono la ripresa di queste forme importanti di socialità e convivialità, pur con le precauzioni del caso."

"Debutto nel settore imprenditoriale molto giovane, non ancora ventenne – aggiunge Pasquale Guarino - ma mi sentivo pronto per il grande passo e con un grande voglia di fare che si unisce all'entusiasmo. Ringrazio Confcommercio per la vicinanza e per come mi ha aiutato con i suoi servizi ad aprire l'attività. Gestire un bar è una grande responsabilità nell'ottica di un imprenditore che deve far quadrare i conti, ma anche una grande gioia, specialmente per un napoletano naturalizzato romagnolo che ama le persone e vuole farle stare bene con servizi di qualità in un contesto piacevole ed elettrizzante".

"IL MERCATINO VINTAGE DA ANTO" IN VIA ALBIZZI

Da ambulante a negoziante con lo stesso amore

Da ambulante a negoziante, con la stessa passione che ha avuto e dimostrato in trent'anni di attività. Antonella Valzania ha aperto il 1° febbraio il suo negozio "Il mercatino vintage di Anto" in piazzetta Albizzi, in un luogo del cuore, come ci spiega.

"Dal 1990 sino ad allora nella adiacente piazza Amendola - informa - ho avuto il banco con abbigliamento vintage femmine e maschile, pizzi, ricami e corredo della nonna. Dopo una lunga carriera da ambulante mi sono decisa al gran passo e sono divenuta negoziante in sede fissa con la fortuna di trovare il locale a due passi da dove ero sempre stata come ambulante. La fatica si è di molto attenuata: ho lavorato da sola e il montaggio e lo smontaggio di un banco assai ampio non era certo un'operazione da niente, ma la passione e la tenacia mi hanno sempre sorretto".

"Il fatidico 1° febbraio scorso è in realtà caduto in una fase critica di piena recrudescenza del Covid - aggiunge Antonella Valzania :- ma devo dire che questi mesi, pur nelle difficoltà generali che tutti abbiamo vissuto, e che speriamo abbiano presto definitivamente fine, ho ritrovato nel negozio i clienti del banco, fidelizzati in tutti questi anni, che non mi hanno abbandonato. Ed è anche nata una nuova clientela che mi gratifica molto. Il vintage è di moda, i capi sono belli e hanno un seguito in acquirenti di entrambi sessi e di tutte le età e anche i pizzi sono una tipologia con una ampia fetta di cultori. Insomma guardo con fiducia al futuro e ringrazio Confcommercio che mi è stata vicino in questo passaggio per me epocale".

"Se posso vorrei anche ringraziare mio figlio - conclude Antonella -: ha studiato grafica pubblicitaria e ha elaboratole il progetto comunicativo del logo e per l'apertura del locale. L'informalità, il rapporto amichevole e nel contempo professionale con la clientela erano un tratto distintivo prima come lo sono adesso, perché io resto sempre con tutta me stessa e con orgoglio una commerciante, prima all'aperto, ora al riparo di un negozio, con un unico obiettivo: soddisfare i clienti, molti dei quali sono divenuti amici, e non potrei mai tradirli".

Nella foto Antonella Valzania e il logo del negozio

ALBERGATORI

Abbiamo fiducia, ma la ripartenza non è facile

di ROBERTO FANTINI

Dopo un anno così buio e nefasto a causa della pandemia, le imprese del turismo per le quali pianificazione e programmazione è la normalità, sono state costrette dalle circostanze a vivere alla giornata praticamente dal gennaio 2020. Ci ha penalizzato molto la poca chiarezza delle regole espresse a livello istituzionale. Si sperava di poter riaprire i nostri alberghi ai visitatori anche prima della stagione estiva, ma causa i numerosi "stop&go" comunicati di volta in volta dal governo, e soprattutto dipendenti dall'andamento della curva dei contagi, abbiamo avuto margini ristretti per organizzarci. L'apertura di un albergo, a differenza di altre tipologie di attività, necessita di una preparazione di almeno due tre settimane, abbiamo perso le opportunità date normalmente dalle festività pasquali e dai ponti primaverili, ma anche di quella prova generale dell'estate rappresentata dal mese di giugno.

Le aspettative ci sono, siamo fiduciosi o meglio degli inguaribili ottimisti, guai se così non fosse. L'andamento dei contagi e la forte campagna vaccinale in atto sembra dare buoni risultati in ottica movimento turistico interno, grazie al green pass (magari evitiamo di creare confusione con regole e ordinanze che cambiano e si contraddicono continuamente) confidiamo in una graduale ripresa del mercato straniero.

Inutile nascondere che partiamo già molto provati e anche di fronte a segnali tutto sommato positivi come l'effettivo aumento rilevato in merito a interesse e prenotazioni, la nostra reazione è di grande prudenza, normale dopo un lungo periodo di sofferenza.

Attualmente le strutture ricettive rappresentano luoghi in assoluto sicuri con l'adozione di tutte le cautele necessarie, stiamo vaccinando con criterio il nostro personale, siamo da sempre concentrati nel garantire igiene e pulizia dei nostri ambienti e abbiamo ulteriormente potenziato la sicurezza, applicando e integrando i protocolli di tutela anti-contagio.

Allo stato attuale è ragionevole prevedere che anche quest'anno assisteremo ad una pesante flessione del mercato estero, seppure da rilevare un soddisfacente ritorno di interesse soprattutto da parte del mercato Dach (Germania, Austria e Svizzera) e di lingua francese (Francia, Olanda e Belgio), per i quali siamo raggiungibili con l'automobile.

Ma ancora una volta sarà il mercato italiano a popolare i nostri lidi e le nostre località di villeggiatura. C'è voglia di vacanza, ma anche una condivisibile paura di viaggiare specie verso quei paesi stranieri dove la situazione sanitaria non è così chiara e tante inevitabili difficoltà economiche delle famiglie italiane, per le quali la crisi occupazionale e di reddito porta a vedere la vacanza come un lusso difficile da concedersi. Ma se si sceglie di viaggiare, le previsioni dicono che gli italiani torneranno a viaggiare "in casa".

Tra le principali richieste che Federalberghi-Confcommercio avanza al Governo, ci sono l'estensione del superbonus 110 per cento anche alle strutture ricettive, la concessione di prestiti garantiti dallo Stato al 90% delle durata di 20/30 anni, risorse dal recovery found e dalla Regione da investire nella mobilità per la Romagna: autostrada, dorsale SS Adriatica, E45, ma anche linee ferroviarie adeguate all'alta velocità oltre all'aeroporto di Forlì, sul quale puntiamo con grande fiducia. Infine, anche se l'elenco sarebbe ancora lungo, una campagna promozionale importante verso i mercati esteri e pari opportunità con i principali competitor (Grecia, Spagna e Croazia).

Come detto le preoccupazioni sono tante, ancora di più le cose da fare, ma siamo inguaribili ottimisti.

IL PRESIDENTE CONFCOMMERCIO SANGALLI SUL CERTIFICATO VERDE CHE CONSENTE AI VACCINATI DI VIAGGIARE

"Col green pass raddoppieranno i turisti stranieri"

Sarà operativo dal primo luglio il "certificato verde", ovvero l'appellativo in italiano del "green pass" europeo che permetterà ai vaccinati e ai titolari di test molecolare negativo di tornare a spostarsi liberamente tra i Paesi dell'Unione Europea (più Svizzera, Islanda, Norvegia e Liechtenstein) ed eventualmente tra regioni rosse o arancioni. Non solo: il prezioso lasciapassare, permetterà al titolare di partecipare a eventi, fiere, congressi, cerimonie, e di entrare nelle rsa e negli impianti sportivi.

La chiave sarà il Qrcode, che si potrà scaricare sul cellulare o stampare su carta, a richiesta anche presso medici di base, pediatri e farmacisti per chi ha poca o nessuna dimestichezza con i dispositivi digitali. L'accelerazione definitiva è arrivata con l'ok del Garante per la Privacy sullo schema di decreto attuativo che attiva la piattaforma nazionale per il rilascio del certificato, che specifica tra le altre cose che nessun privato, tranne quelli espressamente previsti, avrà titolo per richiederlo. Albergatori, agenti di viaggio, ristoratori e negozianti, ad esempio, non sono compresi. Si tratta di un provvedimento di 19 articoli e sei allegati, il cui testo è stato firmato dal presidente del Consiglio, Mario Draghi, che contiene tutte le modalità di attuazione.

I green pass si ottiene dopo la vaccinazione, un test negativo o la guarigione da Covid-19. Quando è disponibile, si riceve un messaggio via sms o via email ai contatti comunicati al momento del vaccino, del test o del rilascio del certificato di guarigione, contenente un codice di autenticazione (authcode) e brevi istruzioni. La certificazione viene emessa automaticamente in formato digitale e stampabile dal sito web dedicato, gestito da Sogei e interconnesso con la piattaforma europea, al quale è possibile accedere tramite identità digitale (Spid/Cie) oppure con la tessera sanitaria (o con il documento di identità se non sei iscritto al Ssn), in combinazione con il codice ricevuto via email o sms. Ma sarà disponibile anche nel Fascicolo sanitario elettronico e tramite l'App "Immuni". A causa del Covid "il turismo ha avuto un crollo del volume d'affari in media del 65%" ma con il 'green pass' "i turisti stranieri nei prossimi sei mesi dovrebbero raddoppiare". Lo ha dichiarato il presidente di Confcommercio, Carlo Sangalli (nella foto). "Ma per tornare ai livelli pre-Covid la strada delle imprese è molto in salita, da una parte perché le imprese si sono fortemente indebolite, perdendo risorse economiche e umane, ma anche perché l'economia italiana si sta rimettendo in moto a velocità differenziata", ha spiegato Sangalli.

SOPRALLUOGO DELL'ASSESSORE REGIONALE

Ripascimento della nuova spiaggia

L'assessore regionale Irene Priolo è stata in visita a Cesenatico dove ha incontrato il sindaco Matteo Gozzoli e Simone Battistoni, presidente Sib regionale Confcommercio e presidente della Cooperativa stabilimenti balneari, i tecnici comunali che si occupano della manutenzione dell'arenile, i volontari della Protezione civile e i tecnici della Protezione civile regionale.

L'assessore Priolo ha potuto constatare direttamente lo stato delle spiagge di Cesenatico dopo i lavori di ripascimento realizzati nei mesi scorsi. "Gli interventi attuati - spiega il presidente Battistoni - hanno riguardato 25mila metri cubi di nuova spiaggia, risorsa strategica per combattere il dissesto idrogeologico". L'investimento è stato pari a 500mila euro per l'arenile di Cesenatico, Gatteo, Savignano sul Rubicone e San Mauro Pascoli ai quali si aggiungono 350mila utilizzati a Valverde di Cesenatico per la ricarica con massi nei varchi tra le scogliere. L'incontro è stato anche l'occasione per parlare del cosiddetto progettone che coinvolgerà la spiaggia di Cesenatico per la stagione 2022. La Regione Emilia-Romagna investirà in totale 22 milioni di euro per la difesa della costa utilizzando il prelevamento con barche condotte per importanti quantitativi di sabbia prese dal largo per consentire un massiccio ripascimento dell'arenile.

Nella foto l'incontro sull'arenile con l'assessore regionale

IL DECANO DEGLI ALBERGATORI

Giugno, partenza rallentata

di EGISTO DALL'ARA

Un imprenditore senza fiducia che imprenditore è? E quindi come decano degli albergatori di Gatteo Mare in questa seconda estate di convivenza con la pandemia riparto con la tenacia che ci ha sempre contraddistinto fin dagli albori del boom turistico in riviera. Rispetto al 2020 la situazione è migliore, gli alberghi anche a Gatteo Mare hanno riaperto, vogliamo farci in quattro per assicurare i servizi migliori con la nostra ospitalità romagnola. Aggiungo: lavoriamo con fiducia. Ciò premesso, non mi piace l'eccessiva euforia condita di trionfalismo che certi media propagano, come se l'inizio di stagione fosse così sfavillante nel nostro territorio rivierasco. Giugno è partito adagio in realtà e ora concentriamo le speranze su luglio e in agosto. La stagione è tutta da costruire con le difficoltà che conosciamo. Di certo c'è che noi siamo pronti, che qualche prenotazione arriva, ma dire che la partenza è stata da sprint non risponde al vero. Qui a Gatteo Mare, avanti adagio e speriamo di accelerare. L'indotto del commercio continua a soffrire, i budget dei vacanzieri sono risicati. L'importante negli hotel è tenere alti i servizi e non abbassare i prezzi svendendoli. Servono passione, resistenza, coraggio e serietà.

PROPOSTA DI CONFCOMMERCIO CESENATICO E GATTEO MARE

"Intitolare viale della Nazioni a Raoul Casadei"

Viale delle Nazioni a Gatteo si è illuminato con le parole di 'Romagna Capitale' in occasione di un evento dedicato a Raoul Casadei, il re del liscio scomparso nel marzo scorso, presenti l'assessore regionale al Turismo Andrea Corsini, i sindaci Matteo Gozzoli di Cesenatico e Gianluca Vincenzi di Gatteo. 'Romagna Capitale', scritta da Raoul e Mirko Casadei assieme a Moreno il Biondo, è un inno alla Romagna. A premere il tasto di accensione delle luminarie è stata Pina, la moglie di Raoul. Il testo con le parole di Romagna Capitale, accese proprio il giorno in cui la Regione è diventata bianca, possono accompagnare simbolicamente verso il ritorno alla normalità romagnola, un mix di accoglienza, empatia e positività che Raoul Casadei ha saputo rappresentare e far conoscere in Italia e nel mondo.

"Confcommercio di Cesenatico e Gatteo Mare - propongono i presidenti Giancarlo Andrini e Egisto Dall'Ara - chiede di intitolare a Raoul Casadei il viale delle Nazioni. Si tratta della attribuzione toponomastica più indicata: vi si trova la casa della famiglia Casadei; il viale segna il confine tra i comuni di Gatteo e Cesenatico, quelli che hanno dato i natali al grande musicista e dove ha scelto d viverci e infine il viale si unisce alla piazza sul mare intitolata Romagna mia".

Nelle foto Raoul Casadei e Augusto Patrignani e viale delle Nazioni illuminato

RI-GENERA IMPRESA AL FIANCO DELLE AZIENDE PER LA PIENA RIPARTENZA

Imprese nel post-pandemia, business plan per la ripartenza

L'atteso ritorno alla normalità con l'uscita dalla pandemia grazie alle vaccinazioni, uno scenario che si sta concretizzando mentre si procede verso l'immunità di gregge, avrà ripercussioni anche per quel che riguarda la situazione finanziaria e patrimoniale delle piccole imprese cesenati, dal momento che finanziamenti e moratorie straordinarie scaturite dall'emergenza da Covid-19 sono destinate ad esaurirsi e quindi serve un piano speciale di accompagnamento al tessuto produttivo.

Lo mette in luce il presidente Confcommercio cesenate Corrado Augusto Patrignani. "La piena ripartenza della ritrovata normalità trova imprese sfiancate dalla pandemia, inevitabilmente indebitate, che hanno bisogno di essere assistite e supportate per effettuare scelte ponderate di riposizionamento. Confcommercio cesenate auspica che vengano messe in campo interventi agevolativi da destinare alla riqualificazione di alcuni settori nevralgici per la tenuta del nostro sistema economico con particolare riguardo al turismo e a tutte le attività che fanno parte di questa importante filiera economica che coinvolge indi-rettamente il commercio la ristorazione e le attività di servizio. Occorre inoltre mettere in capo tutta una serie di interventi per sostenere la tenuta delle imprese sotto il profilo economico-finanziario nel passaggio di affrancamento dall'emergenza Covid-19. L'obiettivo è quello di consolidare la patrimonializzazione, migliorare il rating e in questo senso sono strategici anche l'interlocuzione e la sinergia efficace e con il sistema del credito, al quale chiediamo segnali concreti di vicinanza alle imprese in questa fase di rilancio".

"Il Decreto "Sostegni Bis" -mette in luce il coordinatore di Ri-Genera Impresa Alberto Pesci (nella foto)- ha previsto la proroga al 31 dicembre della moratoria sui prestiti, tuttavia questa volta l'operazione non sarà automatica: bisognerà far domanda al soggetto finanziatore entro il 15 giugno. Questa misura assieme alla rimodulazione della garanzia del fondo centrale lascia intendere come le misure varate durante il periodo di pandemia stiano esaurendosi, e per il ritorno alla normalità sarà necessario definire nuovi misure di

incentivazione per il rilancio del sistema impresa. Pertanto il momento in cui l'impresa si accinge a chiedere una ulteriore moratoria è quello giusto per pianificare a medio termine l'attività rivedendo la prospettiva complessiva della gestione".

"Il quesito centrale - prosegue Pesci - riguarda la reale necessità di una ulteriore moratoria sulla base della analisi complessiva della gestione finanziaria. Va verificato per ogni singolo imprenditore se la ripartenza è collegata a imminenti interventi di riqualificazione o se invece sono stati già sostenuti prima dell'avvento del covid. Per la piena ripartenza della fase di superamento della pandemia occorre ottimizzare la pianificazione, fondamentale per tutte le imprese, indipendentemente dalla dimensione aziendale. Ri-Genera Confcommercio è a fianco delle imprese in questo intervento di riposizionamento finanziario, una sorta di nuova start-up . La regola aurea è riformulare una business plan analitico, richiesto dal nuovo inizio post-pandemico. Non si può improvvisare in una situazione così decisiva per il rilancio".

Nelle foto il presidente Patrignani, il vicedirettore Pesci e la squadra di esperti di Ri-genera

Finpromoter: approvato il bilancio del 2020, anno dell'emergenza

È stato approvato dall'Assemblea del 16 giugno il bilancio del 2020 di Finpromoter, che si chiude con un risultato positivo ed una importante crescita delle garanzie erogate alle imprese nel corso dell'anno (+118% rispetto alle garanzie erogate nel 2019).

Il neoeletto Presidente Paolo Ferrè ha innanzitutto espresso, a nome di tutto il Consiglio di Amministrazione, un sentito ringraziamento a Giovanni Da Pozzo che nel corso degli ultimi anni ha guidato la Società in un profondo percorso di trasformazione, che nel corso del 2020 ha preso corpo anche con il perfezionamento delle operazioni di incorporazione di tre confidi aderenti al sistema Confcommercio – tra cui il confidi dell'Emilia Romagna ex Confidi per le Imprese - , in linea con gli obiettivi definiti dal Piano Industriale relativo al triennio 2019-2021 "Unire le forze".

L'anno 2020 "è stato l'anno dell'emergenza Covid-19, delle restrizioni, delle moratorie

e della garanzia di Stato" ma, continua il Presidente Ferrè "è stato anche l'anno della crescita della presenza del Confidi nel territorio e della conferma dell'impegno della Società nell'affiancare le PMI nell'accesso al credito anche nella complessità del contesto dovuto alla pandemia". Nel corso dell'anno infatti l'erogazione delle garanzie alle imprese è più che raddoppiata rispetto al 2019, ed è cresciuto inoltre il volume dei finanziamenti erogati direttamente dal confidi alle PMI. Inoltre, tra le principali iniziative per contrastare gli effetti economico e sociali derivanti dall'emergenza Covid-19, nel corso dell'anno il Confidi scelto di attuare politiche repricing del servizio di garanzia per agevolare le PMI, di garantire gratuità nella concessione delle moratorie e di impegnare proprie disponibilità finanziarie per la concessione di linee di finanziamento diretto.

Il consuntivo 2020 evidenzia un utile netto di 40 mila euro, una elevata copertura del rischio di credito conseguente a un portafoglio di garanzia più controgarantito; ed ancora, un incremento del totale attivo di circa 10 milioni di euro, anche per effetto delle operazioni di fusione perfezionate nell'anno, e una crescita dei fondi propri che ammontano nell'esercizio a 49,9 milioni di euro (+6,2% rispetto al 2019). Rimane confermata la solidità patrimoniale del Confidi, con Total Capital Ratio che si attesta al 51,32%

Nella foto l'assemblea di Finpromoter

FIN PROMO TER

Garanzia fino al 100% del finanziamento con controgaranzia del Fondo di Garanzia per le PMI

Finpromoter eroga garanzia a micro e PMI e liberi professionisti per un importo fino al 100% del finanziamento erogato dalla banca, con controgaranzia del Fondo di Garanzia per le PMI sia in regime «de minimis», sia in Temporary Framework.

Un valore per l'impresa e per la banca!

I consulenti Finpromoter supportano le l'impresa nell'accesso al credito fornendo:

- ✓ accompagnamento nella definizione dell'esigenza di credito e nella scelta dello strumento finanziario più idoneo
- ✓ supporto nella predisposizione della documentazione per la banca e per il Fondo di Garanzia
- ✓ individuazione e supporto nella richiesta di agevolazioni e contributi

La garanzia Finpromoter agevola la banca grazie a:

- ✓ minor rischio di credito tramite la copertura della garanzia confidi fino al 100% del finanziamento
- ✓ svolgimento di tutti gli adempimenti connessi alla garanzia del Fondo di garanzia per la PMI
- ✓ trasferimento della «Ponderazione zero» con la controgaranzia del Fondo di Garanzia per le PMI
- ✓ assistenza dei consulenti Finpromoter all'impresa nella raccolta dei documenti e negli adempimenti per la predisposizione del fascicolo per la richiesta di credito

Info @ — **info@finpromoter.it** — **www@finpromoter.it**

Cesena - Via Giordano Bruno n. 118
334 7903623; 345 3813667

Ferrara - Via Baruffaldi n. 14/18
+ 39 345 3813516

Modena - Via Begarelli n. 31
+ 39 345 3813516

I prodotti disponibili

Garanzia fino al 100% del finanziamento per nuovo credito

- ✓ Prodotto dedicato a PMI e liberi professionisti
- ✓ Percentuale garanzia confidi fino al 100% del finanziamento
- ✓ Con controgaranzia del Fondo di garanzia per le PMI sia in regime de minimis che in temporary framework
- ✓ Prodotto disponibile per:
  - ✓ Finanziamenti a medio lungo termine per investimenti, liquidità / scorte
  - ✓ Apertura di linee a breve termine (Fido di C/C, Autoliquidante)
- ✓ Commissioni agevolate per le imprese in base al rating

Garanzia fino al 80% del finanziamento per consolidare / rinegoziare il credito in essere

- ✓ Prodotto dedicato a PMI e liberi professionisti
- ✓ Percentuale garanzia confidi fino al 80% del finanziamento
- ✓ Con controgaranzia del Fondo di garanzia per le PMI sia in regime de minimis che in temporary framework
- ✓ Prodotto disponibile per:
  - ✓ Consolidamento di esposizioni a breve termine
  - ✓ Rinegoziazione di finanziamenti a medio lungo termine

Le banche convenzionate

- ✓ Finpromoter è convenzionata con tutti i maggiori istituti bancari operanti a livello nazionale e con le banche operanti a livello territoriale
- ✓ La lista degli istituti di credito convenzionati è continuamente in aggiornamento
- ✓ Di seguito alcuni dei principali istituti convenzionati.

BPER: Banca · UniCredit · Crédit Agricole · Cassa di Risparmio di Cento · La Cassa di Ravenna S.p.A. · Monte dei Paschi di Siena · Intesa Sanpaolo · Cassa Centrale Banca · Banco BPM · Iccrea Banca · BCC Credito Cooperativo · Banca Popolare di Sondrio · Banca Centro Emilia · Raiffeisenbank · Gruppo Bancario Credito Valtellinese · Credito Cooperativo Romagnolo Gruppo Bancario Cooperativo Iccrea · Banca Malatestiana · Cassa Padana Credito Cooperativo Italiano · Rivierabanca · BNL Gruppo BNP Paribas

Messaggio pubblicitario con finalità promozionale. *Per le condizioni economiche e contrattuali dei prodotti e dei servizi, fare riferimento ai Fogli Informativi disponibili presso le sedi e sul sito Internet di FinPromoTer www.finpromoter.it*